

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
HOSTERÍA, PARA LA HACIENDA EL SINCHE EN LA PARROQUIA
GUANUJO, DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR**

MARÍA JOSÉ JARAMILLO FLORES

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN ECOTURISMO**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA-ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS, CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA, PARA LA HACIENDA EL SINCHE EN LA PARROQUIA GUANUJO, DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR”**, de responsabilidad de la señorita María José Jaramillo Flores, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada la presentación y defensa.

Ing. Danny Castillo
DIRECTOR

Ing. Verónica Yépez
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, Octubre del 2014

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas que anhelan alcanzar sus sueños y que día tras día se esfuerzan por lograrlo, a esas personas que son guerreros en busca de una victoria.

A quienes me alentaron, apoyaron y respaldaron cuando el desánimo llegaba a mi vida impulsándome a seguir de pie en este camino hacia la meta.

Aquellos que fueron luz en medio de la oscuridad, aquellos que fueron paz en medio de la tormenta, aquellos que estuvieron incondicionalmente junto a mí.

Para ti Señor por no soltarme de la mano y mostrarme tu fidelidad y amor incondicional.

ERES MI FORTALEZA

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a quien me dio la vida y me trajo a este mundo con un propósito.

Gracias a ti María del Lourdes, madre, amiga incondicional; eres el canal de bendición en mi vida por tu esfuerzo y por tu perseverancia me demostraste que se puede salir adelante. Gracias por ser ese apoyo y motivarme cada día a no desmayar y proseguir hasta la meta, juntas hombro a hombro fuimos construyendo el camino para alcanzar este primer peldaño en mi vida. Eres y serás quien me impulse hasta alcanzar mis objetivos, porque es mejor dos que uno.

A mi hermano Patricio Israel que ha demostrado siempre ser un hombre esforzado y valiente, dándome el mejor ejemplo de perseverancia y lucha constante por alcanzar los sueños porque aunque todos te digan que no siempre habrá alguien que crea en ti.

A mi familia quienes con sus palabras de aliento me animaron a continuar.

A mi consejero espiritual que ha sido como un padre para mí, quien se ha preocupado de cada detalle de este proceso incentivándome a llegar hasta la meta.

A ustedes amigas, amigos gracias por ser esas hermanas y hermanos en tiempos de dificultad; y a ti por ser esa persona especial que Dios puso en mi vida haciendo más llevadero este proceso hasta su culminación.

Gracias a los maestros que día a día con paciencia nos impartieron sus enseñanzas en las aulas, y, dieron de su tiempo para prepararnos de la mejor manera y entregar a la sociedad profesionales de excelencia.

Gracias totales!

TABLA DE CONTENIDO

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA, PARA LA HACIENDA EL SINCHE EN LA PARROQUIA GUANUJO, DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR	1
 II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN	3
B. OBJETIVOS.....	4
1. Objetivo General.....	4
2. Objetivos específicos	4
C. HIPÓTESIS	5
 III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
 A. TURISMO	6
1. Definición.....	6
2. El turista	6
3. El elemento geográfico	7
4. El sistema turístico	7
B. TURISMO CONSCIENTE.....	8
C. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE.....	9
D. HOSTERÍA	9
1. Categorización de hosterías.....	9
2. Planes de alojamiento.....	11
E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	13
1. Determinación de la Factibilidad	13
2. Recursos de los estudios de Factibilidad.....	14
3. Presentación de un estudio de factibilidad	14

F. ESTUDIO DE MERCADO	15
1. Definición	15
2. Análisis de la demanda	16
2. Análisis de la oferta	19
G. VIABILIDAD TÉCNICA	20
1. Definición	20
2. Etapas del estudio técnico	21
H. ESTUDIO MERCADOTECNICO	22
1. Definición	22
2. La mezcla de la mercadotecnia (las cuatro P)	22
I. VIABILIDAD AMBIENTAL	25
J. VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL	26
1. Estudio administrativo	26
2. Estudio legal	27
K. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA	28
1. Objetivos del estudio económico financiero	28
2. Análisis económico	29
3. Análisis financiero	30
 IV. MATERIALES Y MÉTODOS	 32
 A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	 32
1. Localización	32
2. Ubicación geográfica	32
3. Límites	33
4. Características climáticas	33
5. Clasificación ecológica	34
6. Materiales y métodos	34

B. METODOLOGÍA	35
1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el estudio de mercado para la hacienda El Sinche	35
2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Análisis de la viabilidad técnica	42
3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Determinar el estudio mercadotécnico	43
4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Análisis de la viabilidad ambiental	44
5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Análisis de la viabilidad administrativo-legal	47
6. Para el cumplimiento del sexto objetivo: Análisis de la viabilidad económico-financiero	48
V. RESULTADOS	50
A. ESTUDIO DE MERCADO DE LA HACIENDA EL SINCHE	50
1. Estudio de mercado	50
2. Confrontación de la oferta y demanda	135
B. VIABILIDAD TÉCNICA DE LA HACIENDA EL SINCHE	139
1. Planificación y diseño técnico	139
C. ESTUDIO MERDOTÉCNICO	179
1. ÁREA COMERCIAL	179
a. Producto	179
b. Plaza	184
c. Promoción	185
c. Equipamiento necesario, costos y gastos	193
D. VIABILIDAD AMBIENTAL	201

1. Descripción de componentes ambientales susceptibles a recibir impactos	201
2. Identificación de las actividades que pueden causar impacto	203
3. Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos	208
4. Plan de Manejo Ambiental.....	214
E. VIABILIDAD ADMINISTRATIVO –LEGAL.....	217
1. Estudio legal -administrativo	217
2. Estructura organizacional.....	224
3. Manual de cargos y funciones.....	226
4. Reglamento para empleados y visitantes	248
F. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA.....	255
1. Viabilidad económica.....	255
2. Evaluación financiera.....	264
VI. CONCLUSIONES.....	266
VII.RECOMENDACIONES	268
VIII. RESUMEN	269
IX. SUMARY	270
X. BIBLIOGRAFÍA	271
XI. ANEXOS.....	277

LISTADO DE CUADROS

Cuadro N° 1.- Registro de turistas Nacionales e internacionales del cantón Guaranda durante el año 2013	35
Cuadro N° 2.- Edad de los turistas nacionales.....	50
Cuadro N° 3.- Género de los turistas nacionales	51
Cuadro N° 4.- Procedencia de los turistas nacionales.....	51
Cuadro N° 5.- Estado civil de los turistas nacionales	52
Cuadro N° 6.- Nivel de estudio de los turistas nacionales	53
Cuadro N° 7.- Salario mensual de los turistas nacionales	54
Cuadro N° 8.- Conocimiento del cantón Guaranda por los turistas nacionales.....	54
Cuadro N° 9.- Conocimientos de la parroquia Guanujo	55
Cuadro N° 10.- Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por los turistas nacionales	55
Cuadro N° 11.- Servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales.....	56
Cuadro N° 12.- Actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales	57
Cuadro N° 13.- Tipo de comida preferida por los turistas nacionales	58
Cuadro N° 14.- Tiempo de estancia de los turistas nacionales	58
Cuadro N° 15.- Capacidad de gasto de los turistas nacionales	59
Cuadro N° 16.- Frecuencia de viaje de los turistas nacionales	59
Cuadro N° 17.- Preferencia de compañía de los turistas nacionales.....	60
Cuadro N° 18.- Medios de información preferidos por los turistas nacionales	61
Cuadro N° 19.- Edad de los turista extranjeros	62
Cuadro N° 20.- Género de los turistas extranjeros	62
Cuadro N° 21.- País de procedencia de los turistas extranjeros	63
Cuadro N° 22.- Ciudad de procedencia de los turistas extranjeros.....	64
Cuadro N° 23.- Estado civil de los turistas extranjeros	65
Cuadro N° 24.- Nivel de estudio de los turistas extranjeros	65
Cuadro N° 25.- Salario mensual de los turistas extranjeros.....	66
Cuadro N° 26.- Conocimiento del cantón Guaranda por turistas extranjeros.....	67
Cuadro N° 27.- Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas extranjeros.....	67
Cuadro N° 28.- Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche.....	68
Cuadro N° 29.- Servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros	68
Cuadro N° 30.- Actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros	69
Cuadro N° 31.- Tipo de comida preferida por los turistas extranjeros	69
Cuadro N° 32.- Tiempo de estancia de los turistas extranjeros	70
Cuadro N° 33.- Capacidad de gasto de los turistas extranjeros	71
Cuadro N° 34.- Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros	71
Cuadro N° 35.- Preferencia de compañía de los turistas extranjeros.....	72
Cuadro N° 36.- Medios de información de los turistas extranjeros	73

Cuadro N° 37.- Infraestructura existente	77
Cuadro N° 38.- Atractivos Naturales de la hacienda el Sinche	78
Cuadro N° 39.- Atractivos Culturales de la hacienda el Sinche	82
Cuadro N° 40.- Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Guaranda	87
Cuadro N° 41.- Agencias de viajes del cantón Guaranda	93
Cuadro N° 42.- Establecimientos de recreación y diversión del cantón Guaranda	93
Cuadro N° 43.- Atractivos naturales y culturales del cantón Guaranda	96
Cuadro N° 44.- Líneas de productos y las variedades de productos del cantón Guaranda.....	116
Cuadro N° 45.- Registro anual de turistas	134
Cuadro N° 46.- Proyección de la demanda potencial para el alojamiento.....	135
Cuadro N° 47.- Proyección de la oferta potencial para el alojamiento.....	136
Cuadro N° 48.- Demanda insatisfecha proyectada para el alojamiento.....	137
Cuadro N° 49.- Demanda objetivo proyectada para el alojamiento	138
Cuadro N° 50.- Demanda objetiva.....	141
Cuadro N° 51.- Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional	142
Cuadro N° 52.- Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera.....	142
Cuadro N° 53.- Preferencia de las actividades por la demanda nacional	143
Cuadro N° 54.- Preferencia de actividades por la demanda extranjera	144
Cuadro N° 55.- Consumo aparente de la demanda nacional	145
Cuadro N° 56.- Consumo aparente de la demanda extranjera	145
Cuadro N° 57.- Infraestructura existente	153
Cuadro N° 58.- Descripción de la construcción	155
Cuadro N° 59.- Tipo de habitación.....	156
Cuadro N° 60.- Activos fijos del área productiva.....	169
Cuadro N° 61.- Inversiones diferidas para el área productiva	173
Cuadro N° 62.- Insumos y materiales para el área productiva	174
Cuadro N° 63.- Materia prima para el área de alimentación	175
Cuadro N° 64.- Mano de obra directa para el área productiva	176
Cuadro N° 65.- Mano de obra indirecta para el área productiva	177
Cuadro N° 66.- Servicios básicos	178
Cuadro N° 67.- Activos fijos para el área comercial	193
Cuadro N° 68.- Inversiones diferidas para el área comercial	195
Cuadro N° 69.- Materiales para el área comercial.....	196
Cuadro N° 70.- Insumos para el área de souvenirs.....	198
Cuadro N° 71.- Gastos del área comercial.....	199
Cuadro N° 72.- Talento humano y remuneración económica para el área comercial.....	200
Cuadro N° 73.- Matriz de evaluación de Lázaro Lagos.....	208
Cuadro N° 74.- Matriz de cuantificación de la matriz de Lázaro Lagos	211
Cuadro N° 75.- Matriz de estrategias ambientales para la hostería Casona El Sinche	214
Cuadro N° 76.- Análisis legal para el proyecto	217
Cuadro N° 77.- Requisitos para la creación de la empresa.....	221
Cuadro N° 78.- Requisitos para el funcionamiento de la empresa	221

Cuadro N° 79.- Activos fijos para el área administrativa	222
Cuadro N° 80.- Materiales e insumos para el área administrativa.....	223
Cuadro N° 81.- Talento humano y remuneración económica para el área administrativa	223
Cuadro N° 82.- Perfil para el cargo de gerente.....	226
Cuadro N° 83.- Perfil para el cargo de contador.....	228
Cuadro N° 84.- Perfil para el cargo de recepcionista	231
Cuadro N° 85.- Perfil para el área de marketing.....	234
Cuadro N° 86.- Perfil para el cargo de ama de llaves.....	237
Cuadro N° 87.- Perfil para el cargo de camarera.....	239
Cuadro N° 88.- Perfil para el cargo de chef.....	242
Cuadro N° 89.- Perfil para el cargo de mesero polivalente	244
Cuadro N° 90.- Perfil para el cargo de ayudante auxiliar de servicios generales	246
Cuadro N° 91.- Inversiones del proyecto.....	255
Cuadro N° 92.- Fuentes y usos del proyecto	256
Cuadro N° 93.- Financiamiento del proyecto	257
Cuadro N° 94.- Pago de la deuda.....	257
Cuadro N° 95.- Depreciación de activos fijos	258
Cuadro N° 96.- Amortización de activos diferidos.....	258
Cuadro N° 97.- Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto	259
Cuadro N° 98.- Estructura de ingresos de los turistas nacionales.....	260
Cuadro N° 99.- Estructura de ingresos de los turistas extranjeros.....	260
Cuadro N° 100.- Estructura de ingresos totales.....	261
Cuadro N° 101.- Estado de resultados	261
Cuadro N° 102.- Balance general	262
Cuadro N° 103.- Flujo de caja	263
Cuadro N° 104.- Punto de equilibrio	264
Cuadro N° 105.- Evaluación financiera.....	264

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.- Sistema turístico.....	8
Gráfico N° 2.- Estudio técnico.....	21
Gráfico N° 3.- Edad de los turistas nacionales	283
Gráfico N° 4.- Género de los turistas nacionales.....	283
Gráfico N° 5.- Procedencia de los turistas nacionales	284
Gráfico N° 6.- Estado civil de los turistas nacionales.....	284
Gráfico N° 7.- Nivel de estudio de los turistas nacionales	285
Gráfico N° 8.- Ingreso mensual de los turistas nacionales	285
Gráfico N° 9.- Conocimiento del cantón Guaranda por turistas nacionales	286
Gráfico N° 10.- Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas nacionales	286
Gráfico N° 11.- Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por turistas nacionales	287
Gráfico N° 12.- Servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales	287
Gráfico N° 13.- Actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales.....	288
Gráfico N° 14.- Tipo de comida preferida por los turistas nacionales.....	288
Gráfico N° 15.- Tiempo de estancia de los turistas nacionales.....	289
Gráfico N° 16.- Capacidad de gasto de los turistas nacionales.....	289
Gráfico N° 17.- Frecuencia de viaje de los turistas nacionales.....	290
Gráfico N° 18.- Preferencia de compañía durante el viaje de los turistas nacionales	290
Gráfico N° 19.- Medios por los que se informan los turistas nacionales.....	291
Gráfico N° 20.- Edad de los turistas extranjeros.....	292
Gráfico N° 21.- Género de los turistas extranjeros	292
Gráfico N° 22.- País de procedencia de los turistas extranjeros	293
Gráfico N° 23.- Ciudad de procedencia de los turistas extranjeros	293
Gráfico N° 24.- Estado civil de los turistas extranjeros.....	294
Gráfico N° 25.- Nivel de estudio de los turistas extranjeros.....	294
Gráfico N° 26.- Salario mensual de los turistas extranjeros	295
Gráfico N° 27.- Conocimiento del cantón Guaranda por turistas extranjeros	295
Gráfico N° 28.- Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas extranjeros	296
Gráfico N° 29.- Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por turistas extranjeros	296

Gráfico N° 30.- Servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros	297
Gráfico N° 31.- Actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros.....	297
Gráfico N° 32.- Tipo de comida preferida por los turistas extranjeros.....	298
Gráfico N° 33.- Tiempo de estancia de los turistas extranjeros.....	298
Gráfico N° 34.- Capacidad de gasto de los turistas extranjeros.....	299
Gráfico N° 35.- Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros.....	299
Gráfico N° 36.- Preferencia de compañía durante el viaje de los turistas extranjeros.....	300
Gráfico N° 37.- Medios por los que se informan los turistas extranjeros.....	300
Gráfico N° 38.- Flujograma para el servicios de hospedaje	82
Gráfico N° 39.- Flujograma para el servicio de alimentación.....	183
Gráfico N° 40.- Flujograma para el servicio de cabalgata.....	184
Gráfico N° 41.- Flujograma para el servicio de ciclismo.....	185
Gráfico N° 42.- Flujograma para el servicio de pesca deportiva.....	186
Gráfico N° 43.- Flujograma para el servicio de caminata/senderismo.....	187
Gráfico N° 44.- Logotipo de la empresa.....	200
Gráfico N° 45.- Diseño de la tarjeta de presentación.....	201
Gráfico N° 46.- Hojas membretadas.....	202
Gráfico N° 47.- Diseño de bolsas para la empresa.....	202
Gráfico N° 48.- Colgantes para las puertas de las habitaciones.....	203
Gráfico N° 49.- Diseño de la página web.....	205
Gráfico N° 50.- Página en facebook.....	206
Gráfico N° 51.- Diseño de los volantes.....	207
Gráfico N° 52.- Diseño de los trípticos.....	208
Gráfico N° 53.- Diseños de los dípticos.....	209
Gráfico N° 54.- Diseño de camisetas.....	210
Gráfico N° 55.- Diseño para los llaveros y pines metálicos.....	211
Gráfico N° 56.- Diseño para relojes y calendarios.....	211
Gráfico N° 57.- Organigrama estructural.....	242
Gráfico N° 58.- Organigrama funcional.....	243

LISTADO DE ANEXOS

Anexo N° 1.- Modelo de encuesta turistas nacionales	277
Anexo N° 2.- Modelo de encuestas turistas extranjeros	280
Anexo N° 3.- Gráficos de la tabulación de datos de los turistas nacionales.....	283
Anexo N° 4.- Gráficos de la tabulación de los datos de los turistas extranjeros	292
Anexo N° 5.- Fichas de los atractivos naturales de la hacienda el Sinche	301
Anexo N° 6.- Fichas de los atractivos culturales de la hacienda el Sinche	326
Anexo N° 7.- Planta arquitectónica de la sala de juegos	341
Anexo N° 8.- Diseño del merendero	343
Anexo N° 9 .- Diseños de señalética	345
Anexo N° 10.- Menús para el área de alimentación	350
Anexo N° 11.- Costos de la Matriz de Estrategias Ambientales	367

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA, PARA LA HACIENDA EL SINCHE EN LA PARROQUIA GUANUJO, DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR

II. INTRODUCCIÓN

En el mundo la actividad turística es multisectorial y multidisciplinaria, ya que permite la participación de diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas; las empresas que proporcionan servicios de alojamiento se dedican de manera profesional y habitual mediante un precio a proporcionar hospedaje a las personas, con prestación de servicios de carácter complementario como alquiler de salas de reuniones, actividades recreacionales, etc. Se nota que el turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos, permitiendo que sea considerado un motor clave del progreso socioeconómico (Muñoz, G. 2010)

El turismo en Ecuador tiene un creciente desarrollo, al estar atravesado estratégicamente por la línea equinoccial, y al recibir la influencia de las corrientes marinas, posee una gran variedad de microclimas, tiene uno de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño, en el país el turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, en el desarrollo de infraestructuras hoteleras, entre otros.

El Estado mediante la ley de turismo manifiesta que la actividad turística puede ser una iniciativa privada, comunitaria o de autogestión, y el Estado debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; en cuanto a la prestación remunerada de modo habitual en actividades como alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación, organizadoras de eventos, congresos y convenciones, salas de juego, etc., se señala en la ley que éstas deben estar sujetas a las

disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas. (Capítulo I Generalidades, Art. 3 de la Ley de Turismo, 2008)

La provincia de Bolívar está situada en el centro del Ecuador, se llama así en honor al Libertador Simón Bolívar, debido a su extensión es una de las provincias más pequeñas que posee el país.

Debido a su posición geográfica cuenta con un clima variado que va desde el frío de los páramos hasta el cálido en las zonas subtropicales, contiene sectores de bellos paisajes andinos que junto al Santuario de la Virgen del Guayco convierten a la provincia en un lugar muy atractivo para el turismo.

La parroquia de Guanujo es una de las tres parroquias urbanas que forman parte del cantón Guaranda, se encuentra ubicada a cinco kilómetros del centro, constituyéndose la puerta de acceso norte de dicho cantón. De tal manera, se la considera como una de las parroquias representativas del cantón, ya que cuenta con atractivos turísticos de gran relevancia, de los cuales se puede destacar su historia.

La hacienda el Sinche se encuentra ubicada en la vía a Salinas de Guaranda, a quince minutos de la ciudad de Guaranda, actualmente posee treinta hectáreas de terreno el cual es utilizado principalmente para el pastoreo del ganado.

En la hacienda el Sinche desde años atrás y hasta la actualidad se vienen realizando algunas actividades de manejo de potreros, cercas, y principalmente ganaderas, como es la cría, cuidado y manejo de bovinos, con la consecuente industrialización de la leche para la producción de quesos, actividad que se constituye como su principal fuente económica, siendo este producto comercializado a nivel nacional. Todos estos recursos podrían ser direccionados y encaminados dentro del desarrollo turístico de la hacienda.

Es así, que la hacienda el Sinche muestra las condiciones adecuadas para ser un emprendimiento privado, contando con una infraestructura física óptima, la cual será acondicionada para la ejecución de este proyecto, convirtiéndose entonces en un motor que dará gran impulso a la economía del sector, la provincia y un valioso aporte al desarrollo del turismo nacional.

A. JUSTIFICACIÓN

Cabe destacar que la parroquia de Guanujo cuenta con cuatro organizaciones, de las cuales dos están promoviendo el turismo comunitario, la Corporación de Desarrollo Campesino Integral del Alto Guanujo (COCDIAG) impulsa la construcción de cabañas, producción artesanal y pecuaria y la organización Nueva Esperanza, que opera en el Complejo Turístico "Las Cochas".

A pesar de lo mencionado la parroquia requiere que exista un desarrollo turístico más amplio, que abarque otros sectores de Guanujo; por lo que se pretende promover la implementación de una hostería en la hacienda el Sinche.

Por lo tanto, realizar el estudio para la implementación de una Hostería en la hacienda el Sinche permitirá brindar a los viajeros otras opciones al momento de organizar un viaje y darles la oportunidad de que conozcan otros sectores de la provincia de Bolívar, diversificando así la oferta turística ya existente en la parroquia., ofreciendo a los turistas nacionales y extranjeros, un lugar para disfrutar de la riqueza natural combinando elementos claves de entretenimiento; constituyéndose hoy en día una de las estrategias fundamentales de desarrollo y una significativa fuerza económica, por ello es de vital importancia tomar las acciones necesarias que permitan aumentar las opciones de turismo, servicios y productos turísticos.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería para la hacienda el Sinche, en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

2. Objetivos específicos

- a.** Realizar el estudio de mercado para la hacienda El Sinche.
- b.** Analizar la viabilidad técnica.
- c.** Determinar el estudio mercadotécnico.
- d.** Determinar la viabilidad ambiental.
- e.** Definir la viabilidad administrativo-legal.
- f.** Analizar la viabilidad financiera.

C. HIPÓTESIS

Las condiciones comerciales, técnicas, ambientales, administrativas legales y financieras son favorables para la creación de una hostería en la hacienda el Sinche, en la parroquia Guanujo.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definición

Etimológicamente el vocablo “Turismo”, procede de las raíces tour y turn, ambas del verbo en latín tornare, que significa girar. Por lo tanto, esta palabra hace referencia a la idea de giro, de viaje circular, de vuelta al punto de partida (Rojo, M. 2002).

El turismo es el desplazamiento en tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planea, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad con fines de consumo en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocio, deportes y cultura (Rojo, M. 2002).

2. El turista

Según la OMT (2013): “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación”.

“Es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas con fines de recreación y descanso o para conocer mejor el lugar que visita” (MINCIT, 2011).

3. El elemento geográfico

Conformado por las regiones emisoras, las regiones de tránsito y los destinos turísticos (en donde se produce la experiencia de viaje y el impacto de la actividad turística) (MINTUR, 2002).

4. El sistema turístico

a. Definición

El turismo como visto desde la perspectiva de un sistema (teoría de sistemas) integra una serie de elementos, los que deben estar permanentemente relacionados e integrados con el fin de incrementar el fin del turismo el cual se relaciona con la satisfacción plena con calidad, los requerimientos y necesidades del turista en el sentido de descanso, goce y conocimientos de nuevos lugares, basta que un elemento no se integre para que el sistema funcione deficientemente (Sacha Besoain, M.2009).

b. Elementos del sistema turístico

Todos estos elementos constantemente articulados, constituyen la base para provocar un desarrollo turístico sostenido dentro de un territorio.

Gráfico N° 1.- Sistema turístico



Fuente: TIERRA, P. 2010. Texto Básico de Planificación Territorial.

B. TURISMO CONSCIENTE

El turismo consciente es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida como la esencia de la práctica turística (MINTUR, 2012).

Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista y el patrimonio natural y cultural. El turismo consciente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción. Es una experiencia del dar y recibir (MINTUR, 2012).

C. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE

El desarrollo sustentable es el proceso por el cual se preserva, conserva y protege solo los Recursos Naturales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras sin tomar en cuenta las necesidades sociales, políticas ni culturales del ser humano al cual trata de llegar el desarrollo sostenible que es el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades económicas, sociales, de diversidad cultural y de un medio ambiente sano de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de las mismas a las generaciones futuras (Machicado, J. 2009).

D. HOSTERÍA

La Ley de turismo (2004), manifiesta que una hostería, es todo aquel establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, dotado de jardines, zonas de recreación y deportivas y en el que, mediante precio preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor a seis habitaciones.

1. Categorización de hosterías

a. Hosterías de tres estrellas

1) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción.

2) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción.

3) Botiquín de primeros auxilios.

b. Hosterías de dos estrellas

1) De recepción las veinticuatro horas del día atendido por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción.

2) Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción.

3) Botiquín de primeros auxilios.

c. Hosterías de una estrella

1) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción.

2) Teléfono público en la recepción.

3) Botiquín de primeros auxilios.

Las hosterías, cualquiera que sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor (HOTELESECUADOR, 2006).

2. Planes de alojamiento

a. Definición

Planes dentro de un hotel surgen de la combinación del alojamiento con los servicios de alimentos y bebidas que se comercializa en el establecimiento. En algunos casos son producto de costumbres locales al estar estrechamente ligados a los diferentes tipos de alojamiento que ofrece (Muro, D. 2012).

Se denomina plan de alojamiento al costo básico o precio de la habitación. Muchos de los establecimientos que brindan el servicio de alojamiento ofrecen más de un plan, dando opción al huésped a elegir el que considere más conveniente a sus necesidades (Reyes, C. 2010).

b. Tipos de planes

1) Plan europeo (PE).- No incluye ningún servicio de alimentos y bebidas, la tarifa diaria sólo es por alojamiento. Éste plan es común en establecimientos de categoría reducida

2) Plan continental (CP).- La tarifa diaria de alojamiento incluye un desayuno tipo "continental", con los siguientes ingredientes por persona: té o café con leche, jugo, pan, mantequilla y mermelada.

3) Plan Bed and Breakfast (BBP).- Combina el alojamiento con el desayuno, la diferencia está en el tipo de desayuno, que en este caso se ofrece en la modalidad "buffet autoservicio", ofreciendo al huésped una cantidad y variedad de manjares fríos y calientes. Consta de:

- ❖ Mesa de ensaladas y quesos.
- ❖ Lácteos.
- ❖ Cereales.
- ❖ Variedad de preparaciones calientes como; huevos revueltos con tocino, salchichas, hamburguesas, omelettes, etcétera.

4) Plan americano (FAP).- incluye juntos alojamiento, desayuno, comida y cena. Se conoce también como Plan de pensión completa.

5) Plan americano modificado (MAP).- además del desayuno, en esta variación se sirve comida, almuerzo o cena (dos comidas por día). Es conocido también como Plan de media pensión.

6) Plan All Inclusive (AIP).- Incluye dentro de una tarifa única alojamiento y la libre utilización de los servicios de alimentos y bebidas en todas las comidas: desayuno, comida, merienda y cena (MURO, D. 2012).

E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1. Determinación de la Factibilidad

Según ARAGUA, (2013): La Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- ❖ Operativo.
- ❖ Técnico.
- ❖ Económico.

a. Estudio de factibilidad

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación (ARAGUA, 2013).

b. Objetivos de un estudio de factibilidad

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos (Aragua, 2013).

Estableciendo los siguientes objetivos:

- ❖ Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- ❖ Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

2. Recursos de los estudios de Factibilidad

Según Aragua, (2013): “La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerando los objetivos que se establezcan, estos recursos se analizan en función de tres aspectos”:

- ❖ Factibilidad operativa.
- ❖ Factibilidad técnica
- ❖ Factibilidad Económica.

3. Presentación de un estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas las posibles ventajas para la empresa u organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto funcione.

Para esto dentro de los estudios de factibilidad se complementan dos pasos en la presentación del estudio:

- a. **Requisitos Óptimos:** se refiere a presentar un estudio con los requisitos óptimos que el proyecto requiera, estos elementos deberán ser los necesarios para que las actividades y resultados del proyecto sean obtenidos con la máxima eficacia (ARAGUA, 2013).
- b. **Requisitos Mínimos:** consiste en un estudio de requisitos mínimos necesarios que el proyecto debe tener para obtener las metas y objetivos, este paso hace uso de los recursos disponibles de la empresa para minimizar cualquier gasto o adquisición adicional (ARAGUA, 2013).

F. ESTUDIO DE MERCADO

1. Definición

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados (Núñez, 2011).

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos (Núñez, 2011).

Según Contreras, (2011); El estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2. Análisis de la demanda

Es la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea.

En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (Baca, G. 2001).

a. Segmentación de mercado

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing (Tierra, P. 2010).

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores (Tierra, P. 2010).

Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en: Una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional (Tierra, P. 2010).

b. Perfil general del consumidor a captar

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetiva.

Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad (Hernández, E. 1997).

c. Muestra

Mercado (2002); Considera que la muestra es un subconjunto de mediciones seleccionadas de la población de interés. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma.

❖ Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener (Arboleda, G. 1998).

Para obtener información primaria se enfocará en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra.

La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(P * Q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo (Arboleda, G. 1998).

2. Análisis de la oferta

a. Definición

Definimos como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo (Morla, J. 2012).

b. Análisis de la competencia

1) Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta.

La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa, sobre la competencia es necesario investigar: donde están ubicados, cuántos son, cuántos son según el tamaño, qué productos ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etcétera (Koch, J. 2009).

c. Balance oferta-demanda

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confrontan los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determinan la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto (Yucta, P. 2002).

G. VIABILIDAD TÉCNICA

1. Definición

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse (Aragua. 2013).

Según Rosales (2005): Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

2. Etapas del estudio técnico

Según Portales, (2011): Establece las siguientes etapas dentro del estudio técnico:

- ❖ Objetivo
- ❖ Tecnología
- ❖ Determinación del tamaño del proyecto
- ❖ Determinación de la localización del proyecto.
- ❖ Unidad productora: Procedimiento técnico utilizado
- ❖ Determinación de la organización humana y jurídica para la operación del proyecto.

Gráfico N° 2.- Estudio técnico



Fuente: e-tecnico.webnode.es

H. ESTUDIO MERCADOTECNICO

1. Definición

Según Philip Kotler (2003) Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

La mercadotecnia es también un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios (Cuervo, A. 2008).

2. La mezcla de la mercadotecnia (las cuatro P)

Philip Kotler (2003), manifiesta que, la mezcla de la mercadotecnia (en inglés marketing mix) son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las P del mercadeo.

a. Producto

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- ❖ La cartera de productos.
- ❖ La diferenciación de productos.
- ❖ La marca.
- ❖ La presentación.

b. Precio

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia (Cuervo, A. 2008).

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- ❖ Los costos de producción, distribución.
- ❖ El margen que desea obtener.
- ❖ Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- ❖ Las estrategias de Marketing adoptadas.
- ❖ Los objetivos establecidos.

c. Promoción

Según Cuervo (2008), Elemento del mix que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- 1) Canales de distribución.- Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- 2) Planificación de la distribución.- La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- 3) Distribución física.- Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- 4) Merchandising.- Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

d. Plaza

Cuervo (2008), La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- ❖ Comunicar las características del producto.
- ❖ Comunicar los beneficios del producto.
- ❖ Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- ❖ La publicidad.
- ❖ Las relaciones públicas.
- ❖ La venta personal.
- ❖ La promoción de ventas.
- ❖ El Marketing directo.

I. VIABILIDAD AMBIENTAL

Un estudio de impacto ambiental es un conjunto de análisis técnico-científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano (Espinosa, G. 2001).

La información entregada por el estudio debe llevar a conclusiones sobre los impactos que puede producir sobre su entorno la instalación y desarrollo de un proyecto, establecer las medidas para mitigarlos y seguirlos, y en general, proponer toda reducción o eliminación de su nivel de significancia (Espinosa, G. 2001).

El Estudio de Impacto Ambiental es el documento técnico en el que se apoya todo el proceso de decisión de la Evaluación de Impacto Ambiental. En este documento se desgana en detalle cuando es necesario realizarlo, la Estructura de los Estudios de Impacto Ambiental, cómo hacerlos, su Tramitación, la fijación del Precio, los plazos de realización, la Legislación implicada, y Enlaces interesantes con información detallada y Ejemplos del EIA (ALLPE, 2013).

Un instrumento de evaluación ambiental contiene los procedimientos que permiten realizar una identificación y evaluación de los impactos ambientales de un proyecto, obra, industria o cualquier otra actividad, desde su planificación, ejecución, operación y abandono, y que permiten formular las respectivas medidas de mitigación (ACTIWEB, 2013).

J. VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio administrativo

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa (ACTIWEB, 2013).

Estas herramientas son los llamados manuales administrativos, entre los que se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes como:

- ❖ Manual de organización.
- ❖ Manual de funciones.
- ❖ Manual de procedimientos.
- ❖ Manual de administración ambiental.

a. Ventajas de un estudio administrativo

Entre las ventajas que una organización obtiene al realizar un estudio administrativo se pueden mencionar:

- ❖ Definir instrucciones generales a seguir para una correcta administración.
- ❖ Todos los miembros de la organización trabajan para alcanzar los mismos objetivos, metas y siguiendo una sola planificación estratégica.
- ❖ Si la empresa desea obtener una certificación ISO, se facilitará realizar el orden de la información con que la empresa cuenta (ACTIWEB 2013).

2. Estudio legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales (Jack, 2009).

K. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor.

Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros (Cáceres, A. 2009).

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación (Gómez, A. 2013).

1. Objetivos del estudio económico financiero

- ❖ Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo en que será realizada.
- ❖ Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- ❖ Analizar costos y gastos incurridos.
- ❖ Sintetizar la información económico-financiera a través de estados financieros.
- ❖ Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto

2. Análisis económico

De acuerdo con Fernández, A. 2013; El análisis económico estudia la estructura y evolución de los resultados de la empresa (ingresos y gastos) y de la rentabilidad de los capitales utilizados. Este análisis se realiza a través de la cuenta de Pérdidas y Ganancias, la cual para que sea significativa debe cumplir dos requisitos:

❖ **La cuenta de resultados.-** también se denomina así a la cuenta de Pérdidas y Ganancias- puede variar sensiblemente según los criterios de valoración que se hayan adoptado, por lo que debe ser depurada de tal forma que refleje un resultado homogéneo con otros períodos de tiempo y otras empresas (Fernández, A. 2013).

❖ **A la cuenta de resultados.-** afluyen una serie de flujos de muy distinta naturaleza y deben estar claramente diferenciados entre los resultados de explotación normal y los resultados extraordinarios o atípicos.

Las cuestiones que comprende el análisis económico son:

❖ **La productividad de la empresa.-** que viene determinada por el grado de eficiencia, tanto cualitativa como cuantitativa, del equipo productivo en la obtención de un determinado volumen y calidad del producto (Fernández, A. 2013).

❖ **La rentabilidad externa.-** la cual trata de medir el mayor o menor rendimiento de los capitales invertidos en la empresa (Fernández, A. 2013).

❖ **El examen de la cuenta de resultados.-** analizando sus distintos componentes tanto en la vertiente de ingresos y gastos (Fernández, A. 2013).

3. Análisis financiero

Procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y explicar los problemas y circunstancias que en ellos influyen (Charco, W. 2013).

a. Valor actual neto (VAN)

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada (ECO-FINANZAS, 2013).

b. Relación Beneficio-Costo

Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto (CONTABILIDAD-Y-FINANZAS, 2012).

$B/C = \text{valor presente de ingresos} / \text{valor presente de egresos}$

c. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es el rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte (Carrasco, G. 2011).

d. Periodo de recuperación (PR)

El periodo de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto (Carrasco, G. 2011).

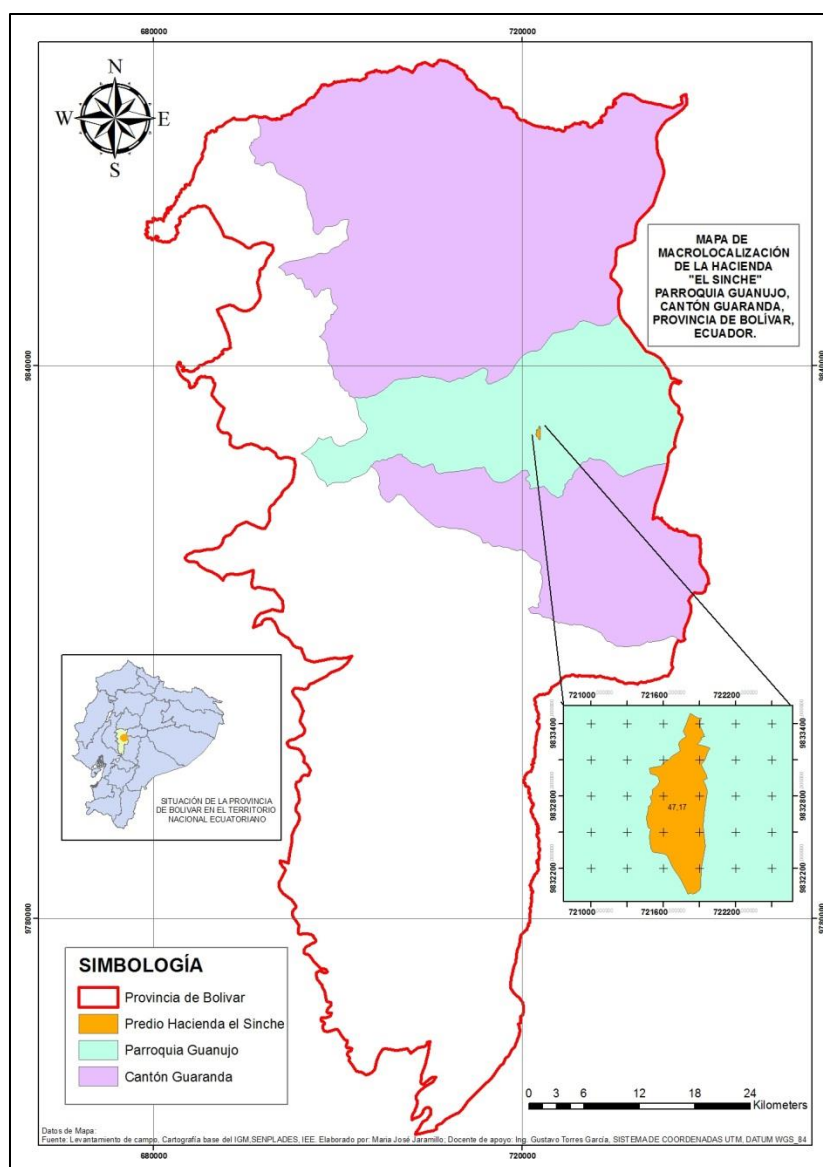
IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El trabajo de titulación se desarrollará en la hacienda El Sinche ubicada en la parroquia Guanujo, cantón Guaranda en la provincia de Bolívar.

2. Ubicación geográfica



La hacienda el Sinche se encuentra en las siguientes coordenadas proyectadas: UTM Zona 17 S, WGS 84

X (este)= 722517 m

Y (sur)= 9831930 m

Situada del origen de la zona a 22 km este y 168 km sur.

3. Límites

La hacienda El Sinche limita:

- a. **Norte:** Terreno de la Señora Cecilia Cordovez Dávalos.
- b. **Sur:** Terreno de la Señora Ruth Cordovez de Dávila.
- c. **Este:** Varios propietarios.
- d. **Oeste:** Hacienda la Vaquería.

4. Características climáticas

- a. **Temperatura anual:** 10 ° C
- b. **Precipitación anual media:** 1000 y 2000 mm.
- c. **Humedad relativa:** 70 al 80 %

5. Clasificación ecológica

La hacienda El Sinche, perteneciente a la parroquia Guanujo, pertenece a la zona de vida Páramo seco de los Andes Occidentales y se considera dentro del ecosistema Herbazal húmedo montano alto superior de páramo, de acuerdo a la clasificación ecológica adaptada por el Ministerio del Ambiente del Ecuador (2012) que cita a SIERRA, R. (1999)

6. Materiales y métodos

a. Materiales

- 1) Libreta de apuntes
- 2) Cartografía base digital del instituto militar (SENPLADES¹)
- 3) Esferos
- 4) Resma de papel
- 5) Copias
- 6) Impresiones

b. Equipos

- 1) Computadora
- 2) Cámara fotográfica
- 3) Impresora
- 4) Flash memory
- 5) GPS

¹ **SENPLADES** - Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

B. METODOLOGÍA

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el estudio de mercado para la hacienda El Sinche

a. Estudio de mercado

1) Análisis de la demanda turística

Para realizar el estudio de la demanda turística se desarrolló las siguientes etapas:

a) Universo

El universo de estudio estuvo conformado por el total de turistas nacionales e internacionales que han visitado la ciudad de Guaranda. De acuerdo con el registro estadístico de ingresos de turistas, la ciudad de Guaranda durante el año 2013 recibió: 16 395 turistas, de los cuales el 95,6 % son turistas nacionales y el 4,4 % son turistas extranjeros.

Cuadro N° 1.- Registro de turistas Nacionales e internacionales del cantón Guaranda durante el año 2013

Turista	Registro	Porcentaje
Extranjero	708	4,4 %
Nacional	15 687	95,6 %
Total	16 395	100 %

Fuente: DPTO. DE TURISMO, GADM de GUARANDA.

b) Segmentación del mercado

i. Mercado nacional

En cuanto al mercado nacional se consideró el valor total de los turistas locales o regionales que han visitado la ciudad de Guaranda en el año 2013, conformados por hombres y mujeres de todas las edades.

ii. Mercado internacional

Para determinar el segmento de mercado internacional se tomó en cuenta el registro de turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Guaranda en el año 2013, conformado por hombres y mujeres de todas las edades.

c) Muestra

El cálculo de la muestra se realizó mediante la siguiente fórmula propuesta por Canavos 1988:

$$n = \frac{N (p * q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p * q)}$$

Dónde:

N = Universo

n = Tamaño de muestra

p = 0.5 Probabilidad de ocurrencia de un evento

q = 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e = 0.08 Margen de error

k = 1.75 Constante de corrección

i. Tamaño de la muestra para los turistas nacionales

$$n = \frac{15\,687 (0,5 * 0,5)}{(15\,687 - 1) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{15\,687 (0,25)}{32,780 + (0,25)}$$

$$n = \frac{3\,921,75}{33,0305}$$

$$n = 118,76 \cong 119 \text{ encuestas}$$

ii. Tamaño de la muestra para los turistas extranjeros

$$n = \frac{708 (0,5 * 0,5)}{(708 - 1) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{708 (0.25)}{1,477 + (0.25)}$$

$$n = \frac{177}{1,727}$$

$$n = 102,3 \cong 102 \text{ encuestas}$$

d) Sistematización y análisis de datos

Para la sistematización de datos se utilizó el programa SPSS Statistics 19, posteriormente se realizó el análisis de los datos tabulados mediante pasteles para lo cual se empleó el programa Excel.

e) Caracterización de la demanda

Se elaboró dos encuestas, una en castellano (Anexo 1) dirigido a turistas nacionales y la otra en inglés (Anexo 2) dirigida a turistas extranjeros, las mismas que están basadas en tres variables principales que son: geográficas, psicográficas y motivacionales.

f) Perfil del turista

El perfil del turista nacional y extranjero se determinó en base a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas.

2) Análisis de la oferta

a) Descripción de la hacienda

Se realizó una descripción de la hacienda y se inventarió los atractivos naturales como culturales que se encuentren en la misma para lo cual se utilizó la metodología propuesta por el MINTUR, 2004, mediante el llenado de una ficha específica para levantar este tipo de información (Anexo N° 5).

Para la sistematización de la información de las fichas sobre los atractivos naturales y culturales, se elaboró un cuadro resumen que identificaba las siguientes características: Ubicación, Nombre del atractivo, Clasificación del atractivo (categoría, tipo y subtipo), Jerarquía, descripción y fotografía.

b) Oferta complementaria

i. Planta turística

Se recopiló información del catastro turístico del cantón Guaranda, específicamente para el análisis de los establecimientos como agencias de viajes, alimentos y bebidas y recreación y diversión.

ii. Productos turísticos

Se realizó un análisis de los atractivos turísticos y productos turísticos que se ofertan en el cantón Guaranda, en base a los lineamientos considerados en el PLANDETUR 2020. Posteriormente para sistematizar la información se elaboró dos cuadros resumen respectivamente el primero que identifica a los atractivos turísticos de acuerdo a los siguientes aspectos: Nombre del atractivo, Clasificación del atractivo (tipo y subtipo), descripción y fotografía; y el segundo que muestra las líneas y variedades de productos turísticos del cantón Guaranda de acuerdo a los siguientes características: Líneas de productos, Variedad de productos y el nombre del atractivo.

3) Análisis de la competencia

Para el desarrollo de este punto se identificó los establecimientos turísticos con las mismas características de oferta turística en hosterías para lo cual se utilizó como método la observación directa y como herramienta una ficha tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Nombre.
- ❖ Tipo
- ❖ Categoría
- ❖ Instalaciones
- ❖ Clientes anuales.
- ❖ Servicios.
- ❖ Capacidad.
- ❖ Precio.
- ❖ Ubicación.
- ❖ Demanda.
- ❖ Formas de comercialización.
- ❖ Observaciones.

b. Confrontación de la oferta y demanda

Para las proyecciones se utilizó la fórmula del Incremento Compuesto: $C_n = C_o(1 + i)^n$

Donde:

C_n= Población futura, resultado de la proyección.

C_o= Población al inicio del período.

i= Índice de incremento turístico (7%)²

n= Número de años que se va a proyectar la población.

² Fuente: Ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR)

Se desarrolló el siguiente procedimiento:

- 1) **Proyección de la demanda.-** se proyectó la demanda, para ver el mercado que abarcará dentro de los cinco años posteriores.
- 2) **Proyección de la oferta.-** se proyectó la oferta, para ver el mercado que abarcará dentro de los cinco años posteriores.
- 3) **Demanda insatisfecha:** se confrontó la proyección de la demanda con la de la oferta para ver el mercado que abarcará los cinco años posteriores.
- 4) **Demanda objetivo.-** se realizó una aproximación para delimitar el tamaño del proyecto.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Análisis de la viabilidad técnica

a. Planificación y diseño técnico

1) Localización

Se consideró la macro y micro localización, para lo cual se elaboraron dos mapas utilizando el software Arcmap versión 9.3.

2) Tamaño de la planta:

Se determinó la superficie necesaria para la distribución de áreas, equipamiento y decoración de las mismas.

3) Definición de procesos productivos

Para lo cual se elaboraron flujogramas de servicios y recetas de menús utilizando una ficha específica en donde se detalla el proceso, ingredientes y valor que tendrá cada plato.

4) Requerimientos para el área productiva

Donde se determinaron, los activos fijos, inversiones diferidas, costos y talento humano requerido para el área productiva.

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Determinar el estudio mercadotécnico

Para determinar el estudio mercadotécnico se consideró los elementos que conforman la propuesta de marketing mix.

a. Producto.-

Se tomó en cuenta el valor diferencial y el branding, dentro del mismo se determinó el nombre, slogan e identidad corporativa.

b. Plaza

Los canales que la empresa va a utilizar para la comercialización de los productos y servicios para lo cual se tomó en cuenta los resultados del estudio de mercado.

c. Promoción

En base al estudio de mercado se definió los medios publicitarios que la empresa utilizará para la difusión de los productos y servicios. Se analizaron las políticas de promoción.

4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Análisis de la viabilidad ambiental

Para el desarrollo del cuarto objetivo se utilizará la metodología de Lázaro Lagos (1999), basándose en los siguientes parámetros de evaluación:

a. Naturaleza: Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-).

b. Magnitud: La magnitud se determina a través de tres rangos:

- ❖ **1-Baja intensidad.-** Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
- ❖ **2-Moderada intensidad.-** Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has
- ❖ **3-Alta intensidad.-** Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

c. **Importancia.-** Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- ❖ 0-Sin importancia
- ❖ 1-Menor importancia
- ❖ 2 -Moderada importancia

d. **Certeza.-** se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- ❖ C-Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
- ❖ D-Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- ❖ I-Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

e. **Tipo.-** se define a través de:

- ❖ **Primario (Pr)-** Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.
- ❖ **Secundario (Sc)-** Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.
- ❖ **Acumulativo (Ac)-** Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

f. **Reversibilidad.-** Puede ser de dos tipos:

- ❖ **1-Reversible-** si el impacto es transformable por mecanismos naturales.
- ❖ **2-Irreversible-** si el impacto no es transformables por mecanismos naturales.

g. Duración.- Se determina a través del tiempo en:

- ❖ 1-A corto plazo- si el impacto permanece menos de 1 año.
- ❖ 2-A mediano plazo- si el impacto permanece entre 1 a 10 años.
- ❖ 3-A largo plazo- si el impacto permanece más de 10 años.

h. Tiempo en aparecer.- determinado también por el tiempo se clasifica en:

- ❖ **C-Corto plazo-** si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.
- ❖ **M-Mediano plazo-** si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.
- ❖ **L-Largo plazo-** si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

i. Considerado en el proyecto.- Se define por las alternativas:

- ❖ **Si (S)-** si el impacto fue considerado en el proyecto.
- ❖ **No (No)-** si el impacto no fue considerado en el proyecto.

Posteriormente se elaboró una matriz de estrategias ambientales con la finalidad de prevenir, mitigar, controlar, compensar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados al desarrollar el presente proyecto.

5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Análisis de la viabilidad administrativo-legal

a. Estudio legal

Para el estudio legal se analizaron las leyes establecidas dentro de: la Ley de Turismo y la Carta Magna; considerados como marcos legales normativos para la legalización y funcionamiento de proyectos turísticos.

b. Estudio administrativo

Dentro del estudio administrativo se determinó los siguientes aspectos:

1) El organigrama estructural y funcional

Se definió la estructura de la empresa mediante dos organigramas de acuerdo a las áreas y el personal que laborara en las mismas.

2) Manual de funciones de cada área.

Se elaboró un cuadro donde se especifica el perfil y características requeridas para el personal que requiere la hostería.

3) Reglamento para empleados y visitantes.

Se establecieron políticas que deben cumplir los empleados y los visitantes en función de los requerimientos de la empresa.

4) Talento humano y remuneración económica.

Se determinó el personal requerido y la remuneración económica acorde a lo estipulado en la Ley.

6. **Para el cumplimiento del sexto objetivo: Análisis de la viabilidad económico-financiero**

a. Análisis económico

A través del análisis económico se definió los beneficios y costos estimados del proyecto, con la finalidad de determinar si es recomendable su implementación y posterior operación.

Para realizar este estudio se analizó los siguientes indicadores:

- ❖ Activo fijo, diferido y capital de trabajo.
- ❖ Fuentes de financiamiento y uso de fondos.
- ❖ Cálculo de depreciaciones.
- ❖ Cálculo de amortizaciones.
- ❖ Costos.
- ❖ Ingresos.
- ❖ Estado de resultados.
- ❖ Flujo de caja.
- ❖ Punto de equilibrio.

b. Evaluación financiera

Mediante este estudio se determinó la rentabilidad del proyecto, de acuerdo al análisis de los siguientes indicadores:

1) El Valor Actual Neto (VAN)

Para tener la seguridad de que el proyecto generará un **flujo** suficiente para cubrir la inversión inicial.

2) Relación Beneficio - Costo

Con la finalidad de determinar si el proyecto generará una relación de ganancias o pérdidas entre estos dos factores.

3) La Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para identificar la rentabilidad del capital invertido.

4) Periodo de recuperación del capital

Para determinar el tiempo en el cual se recuperará el dinero invertido en el proyecto.

V. RESULTADOS

A. ESTUDIO DE MERCADO DE LA HACIENDA EL SINCHE

1. Estudio de mercado

a. Análisis de la demanda turística

1) Tabulación de datos de los turistas nacionales

a) Edad de los turistas nacionales

Cuadro N° 2.- Edad de los turistas nacionales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
21-40 años	76	63,9
41-60 años	27	22,7
más de 61 años	5	4,2
menos de 20 años	11	9,2
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 2, indica que el 64% de los encuestados corresponden a un intervalo de edad de 21 a 40 años, seguido por el 23 % que corresponde a un intervalo de 41-60 años, perteneciendo a estos intervalos de edad los turistas que visitarían la hostería. Datos que se tomarán en cuenta al momento de diseñar el producto.

b) Género de los turistas nacionales

Cuadro N° 3.- Género de los turistas nacionales

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	63	52,9
Masculino	56	47,1
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 3, indica que el 53 % de los turistas nacionales son de género femenino, mientras que el 47 % restante son de género masculino, por lo que es importante tomar en cuenta al momento de diseñar el producto.

c) Procedencia de los turistas nacionales

Cuadro N° 4.- Procedencia de los turistas nacionales

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Ambato	4	3,4
Babahoyo	5	4,2
Baños	2	1,7
Guaranda	2	1,7
Guayaquil	12	10,1
Manta	2	1,7
Pedro Vicente Maldonado	2	1,7
Puyo	1	,8
Quevedo	5	4,2
Quito	31	26,1

Riobamba	51	42,9
Ventanas	2	1,7
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 4, muestra que el 43% de turistas que visitan el cantón Guaranda, provienen de la ciudad de Riobamba representando a la mayoría, seguida por turistas que provienen de la ciudad de Quito con el 26,1 %, mientras que en los porcentajes más bajos se encuentra Ventanas, Baños, Pedro Vicente Maldonado y Guaranda con el 2 %; y finalmente con el 0,8 % turistas que provienen del Puyo.

Lo cual implica que las estrategias de comercialización estarían enfocadas a los tres nichos principales que son las ciudades Riobamba, Quito y Guayaquil, y a la vez hacer mayor énfasis en captar nuevos mercados como son las ciudades que presentan bajos porcentajes.

d) Estado civil de los turistas nacionales

Cuadro N° 5.- Estado civil de los turistas nacionales

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	48	40,3
Divorciado	8	6,7
Soltero	57	47,9
Unión libre	1	,8
Viudo	5	4,2
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 5, el estado civil que predomina entre las personas encuestadas con el 48% es el soltero, seguida por el de casado con el 40% y en un mínimo porcentaje los de unión libre; por lo que los planes de alojamiento deberían estructurarse con promociones para grupos de familias y amigos.

e) Nivel de estudio de los turistas nacionales

Cuadro N° 6.- Nivel de estudio de los turistas nacionales

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
Post grado	5	4,2
Primaria	5	4,2
Secundaria	27	22,7
Universidad	82	68,9
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 6, muestra que el 69% de las personas encuestadas poseen un nivel de instrucción universitaria, mientras que el nivel de instrucción Primario y Post grado corresponden a los porcentajes más bajos con el 4,2%; es decir que los programas y planes que se van a ofertar dentro de la hostería deben ser apropiadamente estructurados.

f) Salario mensual de los turistas nacionales

Cuadro N° 7.- Salario mensual de los turistas nacionales

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
\$ 318-500	67	56,3
\$ 501-1000	28	23,5
más de \$ 1000	24	20,2
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 7, el 56 % de encuestados coinciden que el salario mensual que perciben está comprendido en el intervalo de \$ 318 a 500. Datos que sirven como base al momento de estructurar las tarifas.

g) Conocimiento del cantón Guaranda por turistas nacionales

Cuadro N° 8.- Conocimiento del cantón Guaranda por los turistas nacionales

Cantón Guaranda	Frecuencia	Porcentaje
No	41	34,5
Si	78	65,5
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 8, existe un porcentaje del 66 % de encuestados que indican conocer el cantón Guaranda, mientras que el 35 % señalan no conocer, segmento de mercado al cual se debe considerar como potencial para promocionar la visita al cantón.

h) Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas nacionales

Cuadro N° 9.- Conocimientos de la parroquia Guanujo
por los turistas nacionales

Parroquia Guanujo	Frecuencia	Porcentaje
No	98	82,4
Si	21	17,6
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 9, indica que el 82,4 % de los turistas no conocen la Parroquia Guanujo, valor relevante para generar nuevas opciones para realizar turismo en lugares no convencionales que motiven el interés del turista.

i) Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por turistas nacionales

Cuadro N° 10.- Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por
los turistas nacionales

Hacienda el Sinche	Frecuencia	Porcentaje
No	23	19,3
Si	96	80,7
Total	119	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 10, el nivel de aceptación de un nuevo producto turístico como es la hostería el Sinche en la hacienda, es del 81 % representando la mayoría, por lo que indica que existe factibilidad para la implementación de la misma.

j) Servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales

Cuadro N° 11.- Servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales

Servicios turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	64	28,3
Áreas de camping	64	28,3
Áreas recreativas	69	30,5
Guianza	29	12,8
Total	226	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 11, indica que el 31% de las personas encuestadas les gustaría el servicio de Áreas recreativas, representando el valor más alto, seguido por el 28% el servicio de Alimentación y Áreas camping. Servicios a considerarse al momento de estructurar la oferta de la hostería.

k) Actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales

Cuadro N° 12.- Actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Cabalgatas	52	15,4
Caminatas	50	14,8
Campamentos	33	9,8
Ciclismo	35	10,4
Fotografía	33	9,8
Natación	1	,3
Observación de flora	28	8,3
Observación de procesos de productos lácteos	17	5,0
Ordeño de vacas	29	8,6
Paseos en bote	1	,3
Seminarios	1	,3
Senderismo	32	9,5
Spa	1	,3
Visita a granja integral	25	7,4
Total	338	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 12, indica que en los porcentajes más altos están las actividades de caminata (15%), cabalgata (15%) y ciclismo (10%), actividades que podrán realizar los futuros visitantes dentro de la hostería el Sinche.

l) Tipo de comida preferida por los turistas nacionales

Cuadro N° 13.- Tipo de comida preferida por los turistas nacionales

Tipo de comida	Frecuencia	Porcentaje
Internacional	13	10,5
Nacional	34	27,4
Rápida	5	4,0
Típica	72	58,1
Total	124	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 13, el 58% de los encuestados les gustaría que dentro de la hacienda en el área de alimentación se oferte todo lo referente a comida típica.

m) Tiempo de estancia de los turistas nacionales

Cuadro N° 14.- Tiempo de estancia de los turistas nacionales

Tiempo de estancia	Frecuencia	Porcentaje
1 día	14	14,6
2-4 días	77	80,2
Más de una semana	5	5,2
Total	96	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 14, indica que el 80 % de los turistas estarían dispuestos a permanecer en la hostería de 2 a 4 días, mientras que el 15 % les gustaría quedarse por 1 día, para lo cual se estructurará planes de alojamiento con actividades que prolonguen su permanencia.

n) Capacidad de gasto de los turistas nacionales

Cuadro N° 15.- Capacidad de gasto de los turistas nacionales

Capacidad de gasto	Frecuencia	Porcentaje
\$ 21-30	33	34,4
\$ 31-40	35	36,5
\$ 41-60	18	18,8
más de \$ 60	10	10,4
Total	96	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 15, la capacidad de gasto que poseen los encuestados es de \$ 31-40 por persona, representando el 37 %, mientras que el 34 % se encuentra en el intervalo de \$ 21-30. Porcentajes considerables para determinar los precios a los cuales estarán los servicios que se ofertarán dentro de la hostería.

o) Frecuencia de viaje de los turistas nacionales

Cuadro N° 16.- Frecuencia de viaje de los turistas nacionales

Frecuencia de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Cada 3 meses	21	21,9
cada feriado	9	9,4
Cada tres semanas	1	1,0
Dos veces al año	49	51,0
Una vez al año	8	8,3
Una vez por mes	8	8,3
Total	96	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 16, el 51% señalan que se movilizan para realizar actividades turísticas dos veces al año, mientras que el 22 % lo realizan cada tres meses. En menor porcentaje se encuentra una vez al año y una vez al mes, indicando el flujo de turistas que realizan actividades turísticas y que sería el futuro mercado a captarse en determinados intervalos de tiempo.

p) Preferencia de compañía durante el viaje de los turistas nacionales

Cuadro N° 17.- Preferencia de compañía de los turistas nacionales

Compañía del viaje	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	33	27,0
Familia	70	57,4
Pareja	14	11,5
Solo	5	4,1
Total	122	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 17, el 57 % de turistas prefieren realizar sus viajes en compañía de su familia, seguida por el 27 % en compañía de amigos, y con los menores porcentajes se encuentran los que prefieren viajar en compañía de su pareja y los que prefieren viajar solos. Por lo tanto hay que considerar que al momento de estructurar los planes de alojamiento existan promociones para grupos.

q) Medios por los que se informan los turistas nacionales

Cuadro N° 18.- Medios de información preferidos por los turistas nacionales

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viajes	13	6,7
Familia	31	16,1
Guías de turismo	5	2,6
Internet	56	29,0
Prensa escrita	10	5,2
Radio	18	9,3
Revistas especializadas	8	4,1
Tv	52	26,9
Total	193	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 18, indica que los medios de comunicación más utilizados por las personas encuestadas son a través del internet con el 29 %, la televisión con el 27 %, por medio de la familia con el 16 % y en menores porcentajes están las agencias de viajes, guías de turismo, prensa escrita, radio y revistas especializadas. De acuerdo a estos resultados se determinará los medios de comercialización que se utilizará para la promoción de la hostería como nuevo producto turístico.

2) Tabulación de datos de los turistas internacionales

a) Edad de los turistas extranjeros

Cuadro N° 19.- Edad de los turista extranjeros

Edad	Frecuencia	Porcentaje
1-20 años	17	16,7
21-40 años	76	74,5
41-60 años	9	8,8
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 19, indica que el 75% de los encuestados corresponden a un intervalo de edad de 21 a 40 años, seguido por el 17% que corresponde a un intervalo de 1-20 años, perteneciendo a estos intervalos de edad los turistas que visitarían la hostería, valores a considerarse al momento de diseñar el producto.

b) Género de los turistas extranjeros

Cuadro N° 20.- Género de los turistas extranjeros

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	53	52,0
Masculino	49	48,0
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 20, indica que el 52% de los turistas extranjeros encuestados son de género femenino, mientras que el 48 % restante son de género masculino, es decir que el producto estará diseñado con actividades tanto para hombres como mujeres.

c) Procedencia de los turistas extranjeros

Cuadro N° 21.- País de procedencia de los turistas extranjeros

País	Frecuencia	Porcentaje
Alemania	2	2,0
Argentina	6	5,9
Bélgica	4	3,9
Chile	5	4,9
China	5	4,9
Colombia	8	7,8
España	4	3,9
Francia	4	3,9
Inglaterra	4	3,9
Italia	10	9,8
USA	50	49,0
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 21, indica que el 49 % de los turistas extranjeros proviene de Estados Unidos, siendo mayoría. Lo cual implica que las estrategias de comercialización estarían enfocadas principalmente al nicho de mercado de Estados Unidos, y a la vez hacer énfasis en captar nuevos nichos de mercados, es decir, los países con menores porcentajes.

Cuadro N° 22.- Ciudad de procedencia de los turistas extranjeros

Ciudad	Frecuencia	Porcentaje
Arkansas	8	7,8
El Rosario	6	5,9
Fort Smith	12	11,8
Friburgo	2	2,0
Kissimme	2	2,0
Leeds	4	3,9
Madrid	4	3,9
Marseille	4	3,9
Molise	10	9,8
Namur	4	3,9
Pasto	8	7,8
Rudy	6	5,9
Tampa	2	2,0
Texas	20	19,6
Valparaiso	5	4,9
Yunnan	5	4,9
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 22, indica que el 20 % de las personas encuestadas provienes de Texas, el 12% de Fort Smith, constituyéndose los porcentajes más altos.

d) Estado civil de los turistas extranjeros

Cuadro N° 23.- Estado civil de los turistas extranjeros

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	15	14,7
Divorciado	1	1,0
Soltero	85	83,3
Viudo	1	1,0
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 23, el estado civil que predomina entre las personas encuestadas con el 83% es el soltero, seguida por el de casado con el 15% y en un mínimo porcentaje los divorciados y viudos; por lo que los planes de alojamiento deberían estructurarse con promociones para grupos de familias y amigos

e) Nivel de estudio de los turistas extranjeros

Cuadro N° 24.- Nivel de estudio de los turistas extranjeros

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
Post grado	14	13,7
Secundaria	7	6,9
Universidad	81	79,4
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 24, muestra que el 79% de las personas encuestadas poseen un nivel de instrucción universitaria, mientras que el nivel de instrucción de Post grado corresponde al 14% y en los porcentajes más bajos con el 7% está el nivel de instrucción Secundaria. Por lo tanto los programas y planes que se van a ofertar dentro de la hostería deben ser apropiadamente estructurados.

f) Salario mensual de los turistas extranjeros

Cuadro N° 25.- Salario mensual de los turistas extranjeros

Salario mensual	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1000-1500	58	56,9
\$ 1000-2000	8	7,8
\$ 1500-2000	5	4,9
\$ 501-1000	18	17,6
más de \$ 2000	13	12,7
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 25, el 57% de encuestados coinciden que el salario mensual que perciben está comprendido en el intervalo de \$ 1000 a 1500. Datos que sirven como base al momento de estructurar las tarifas.

g) Conocimiento del cantón Guaranda por turistas extranjeros

Cuadro N° 26.- Conocimiento del cantón Guaranda por turistas extranjeros

Cantón Guaranda	Frecuencia	Porcentaje
No	56	54,9
Si	46	45,1
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 26, existe un porcentaje del 45% de encuestados que indican conocer el cantón Guaranda, mientras que el 55 % señalan no conocer, segmento de mercado al cual se debe considerar como potencial para promocionar la visita al cantón.

h) Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas extranjeros

Cuadro N° 27.- Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas extranjeros

Parroquia Guanujo	Frecuencia	Porcentaje
No	98	96,1
Si	4	3,9
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 27, indica que el 96% de los turistas no conocen la Parroquia Guanujo, valor relevante para generar nuevas opciones para realizar turismo en lugares no convencionales que motiven el interés del turista.

i) Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por turistas extranjeros

Cuadro N° 28.- Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche

Hostería el Sinche	Frecuencia	Porcentaje
No	22	21,6
Si	80	78,4
Total	102	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 28, el nivel de aceptación de un nuevo producto turístico como es la hostería el Sinche en la hacienda, es del 79% representando la mayoría, por lo que indica que existe factibilidad para la implementación de la misma.

j) Servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros

Cuadro N° 29.- Servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros

Servicios turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	15	12,1
Áreas de camping	42	33,9
Áreas recreativas	56	45,2
Guianza	11	8,9
Total	124	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 29, indica que el 45% de las personas encuestadas les gustaría el servicio de Áreas recreativas, representando el valor más alto, seguido por el 34% el servicio de Áreas camping; servicios a considerarse al momento de estructurar la ofertar de la hostería.

k) Actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros

Cuadro N° 30.- Actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Cabalgatas	22	9,5
Caminatas	51	22,0
Campamentos	16	6,9
Ciclismo	22	9,5
Fotografía	26	11,2
Observación de flora	18	7,8
Observación de procesos de productos lácteos	5	2,2
Ordeño de vacas	21	9,1
Senderismo	48	20,7
Visita a granja integral	3	1,3
Total	232	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 30, indica que en los porcentajes más altos están las actividades de caminata, fotografía y senderismo, actividades que podrán realizar los futuros visitantes dentro de la hostería el Sinche.

l) Tipo de comida preferida por los turistas extranjeros

Cuadro N° 31.- Tipo de comida preferida por los turistas extranjeros

Tipo de comida	Frecuencia	Porcentaje
Internacional	50	47,6

Nacional	10	9,5
Típica	45	42,9
Total	105	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 31, el 48% de los encuestados les gustaría que dentro de la hacienda en el área de alimentación se oferte todo lo referente a comida internacional, seguida con el 43% de comida típica.

m) Tiempo de estancia de los turistas extranjeros

Cuadro N° 32.- Tiempo de estancia de los turistas extranjeros

Tiempo de estancia	Frecuencia	Porcentaje
1 día	30	37,5
2-4 días	40	50,0
Más de una semana	10	12,5
Total	80	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 32, indica que el 50 % de los turistas estarían dispuestos a permanecer en la hostería de 2 a 4 días, mientras que el 38% les gustaría quedarse por 1 día. Para lo cual se estructurará planes de alojamiento con actividades que prolonguen su permanencia.

n) Capacidad de gasto de los turistas extranjeros

Cuadro N° 33.- Capacidad de gasto de los turistas extranjeros

Capacidad de gasto	Frecuencia	Porcentaje
\$ 31-40	30	37,5
\$ 41-60	35	43,8
\$ 61-70	9	11,3
Más de \$ 70	6	7,5
Total	80	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 33, la capacidad de gasto que poseen los encuestados es de \$ 31-40 por persona, representando el 38 %, mientras que el 44% se encuentra en el intervalo de \$ 41-60. Porcentajes considerables para determinar los precios a los cuales estarán los servicios que se ofertarán dentro de la hostería.

o) Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros

Cuadro N° 34.- Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros

Frecuencia del viaje	Frecuencia	Porcentaje
Cada tres meses	12	15,0
Dos veces al año	26	32,5
Una vez al año	40	50,0
Una vez cada dos años	2	2,5
Total	80	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- De acuerdo con el cuadro N° 34, el 50% señalan que se movilizan para realizar actividades turísticas una vez al año, mientras que el 33% lo realizan dos veces al año, indicando el flujo de turistas que realizan actividades turísticas y que sería el futuro mercado a captarse en determinados intervalos de tiempo.

p) Preferencia de compañía durante el viaje de los turistas extranjeros

Cuadro N° 35.- Preferencia de compañía de los turistas extranjeros

Compañía	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	61	54,0
Familia	34	30,1
Pareja	13	11,5
Solo	5	4,4
Total	113	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- Según el cuadro N° 35, el 54% de turistas prefieren realizar sus viajes en compañía de amigos, seguida por el 30% en compañía de la familia, y con los menores porcentajes se encuentran los que prefieren viajar en compañía de su pareja y los que prefieren viajar solos. Por lo tanto hay que considerar que al momento de estructurar los planes de alojamiento existan promociones para grupos.

q) Medios por los que se informan los turistas extranjeros

Cuadro N° 36.- Medios de información de los turistas extranjeros

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viajes	8	7,3
Amigos	1	,9
Familia	13	11,8
Guías de turismo	9	8,2
Internet	77	70,0
Prensa escrita	2	1,8
Total	110	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Análisis.- El cuadro N° 36, indica que los medios de comunicación más utilizados por las personas encuestadas es el internet con el 70%, la familia con el 12 %, por medio de guías de turismo con el 8% y en menores porcentajes están las agencias de viajes, televisión, prensa escrita, radio, amigos y revistas especializadas. De acuerdo a estos resultados se determinará los medios de comercialización que se utilizará para la promoción de la hostería como nuevo producto turístico.

3) Perfil de los consumidores

a) Perfil del turista nacional

De acuerdo con los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a los turistas nacionales el 64% de turistas se encuentran en el rango de edad de 21 a 40 años, en cuanto al género el 53 % es femenino mientras que el 47% masculino, la mayoría provienen de las ciudades de Riobamba (43 %). Quito (26%) y Guayaquil (10 %). El 48% afirman que son solteros, seguido por el 40% que son casados; el 69% de los turistas poseen un nivel de instrucción universitaria, el 56% de los turistas percibe un ingreso mensual de \$ 318 a 500.

El 34 % de los turistas señalan no conocer el cantón Guaranda, mientras que el 82 % no conocen la parroquia Guanujo, el 81 % de los encuestados estarían dispuestos a conocer y alojarse en la hostería el Sinche. Los servicios que les gustaría que se oferten están con el 31 % áreas recreativas y con el 28 % áreas de camping y alimentación, y entre las actividades que les gustaría realizar están las cabalgatas, caminatas y ciclismo, con los porcentajes más altos. El tipo de comida que les gustaría que se oferte esta la típica con el 58 %.

Los encuestados afirmaron que su tiempo de estancia oscila entre 2 a 4 días (80%), determinando que su capacidad de gasto para realizar actividades turísticas está en el intervalo de \$ 31 a 40 con el 37 %. En cuanto a la frecuencia de viaje el 51 % señaló que se desplazan dos veces al año y generalmente el 57 % realizan sus viajes en familia, con respecto a los medios de información que utilizan el 29 % lo hace a través del internet.

b) Perfil del turista extranjero

De acuerdo con los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a los turistas nacionales el 75% de turistas se encuentran en el rango de edad de 21 a 40 años, en cuanto al género el 52 % es femenino mientras que el 48% masculino, la mayoría provienen de los Estados Unidos con el 49%, de ciudades como Texas (20%), Fort Smith (12%), Molise (10%). El 83% afirman que son solteros, seguido por el 15% que son casados; el 79% de los turistas poseen un nivel de instrucción universitaria, el 57% de los turistas percibe un ingreso mensual de \$ 1000 a 1500.

El 55% de los turistas señalan no conocer el cantón Guaranda, mientras que el 96% no conocen la parroquia Guanujo, el 79% de los encuestados estarían dispuestos a conocer y alojarse en la hostería el Sinche. Los servicios que les gustaría que se oferten están con el 45% áreas recreativas y con el 34 % áreas de camping, y entre las actividades que les gustaría realizar están fotografía, caminatas y ciclismo, con los porcentajes más altos. El tipo de comida que les gustaría que se oferte esta la internacional con el 48 %.

Los encuestados afirmaron que su tiempo de estancia oscila entre 2 a 4 días (50%), determinando que su capacidad de gasto para realizar actividades turísticas está en el intervalo de \$ 41 a 60 con el 44%. En cuanto a la frecuencia de viaje el 50% señaló que se desplazan una vez al año y generalmente el 54% realizan sus viajes con amigos, con respecto a los medios de información que utilizan el 70% lo hace a través del internet.

b. Análisis de la oferta

1) Descripción de la hacienda

Hacienda el Sinche

La hacienda el Sinche es considerada como la más antigua del sector, ya que se menciona de su existencia desde el año de 1870, se denominaba SINCHE GRANDE, que significa Valeroso. Cuenta actualmente con una superficie de 180 hectáreas, compuesta por colinas, quebradas, planicies y con un sistema hidrográfico natural proveniente de vertientes.

El Sinche es una hacienda que cuenta con una variedad de recursos naturales, encontrando en sus colinas especies de flora como: Zapatos de bebe (*Calzolaria ericoides*), Mortiño (*Vaccinium floribundum Kunth*), Orejas de conejo (*Espeletia pycnophylla*), Grama (*Elytrichia repens*), Sigze (*Cortaderia rudiusscula*), Taruga Sisa -Cacho de venado (*Halenia weddeliana*), Sacha capulí (*Vallea stipularis L.f.*), Carrizos (*Phragmites australis*), Sangorache (*Amaranthus hybridus*), Borraja blanca –amarilla (*Borago officinalis L*), Romerillo (*Hypericum laricifolium Juss*) entre otras y fauna como: Falsa Perdiz (*Nothoprocta curvirostris*), Chungui (*Cinclodes fuscus*), Ratón de campo (*Oryzomys sp*), Conejos silvestres (*Syvilagus brasiliensis*), Venado de cola blanca (*Odocoileus virginianus*), Quinde estrella (*Oreotrochilus stella*), Colibrí (*Colibri coruscans*), Golondrinas (*Notiochelidon murina*), entre otras, propias del lugar que le dan un valor importante a la zona.

El 25 % del terreno es utilizado para pastizales que sirven de alimento para el ganado vacuno, ya que la principal actividad de la hacienda es la ganadería y la producción de quesos. Cuenta con una ordeñadora que presenta toda la maquinaria apropiada para la extracción de leche, la Quesería, lugar en donde se realizan todos los procesos previos a la obtención del queso.

En cuanto a su infraestructura está formada por tres casonas que son de las tres hermanas herederas, dos de ellas son utilizadas como viviendas de las Familias Dávalos-Cordovez y Chiriboga-Cordovez, respectivamente. La tercera es propiedad de la Familia Dávila-Cordovez, lugar que se pretende darle un uso turístico como hostería. De tal manera que la hacienda el Sinche cuenta con:


Cuadro N° 37.- Infraestructura existente




Infraestructura	Cantidad
Casonas	3
Quesería	1
Ordeñadora	1
Plaza de toros	1
Cabaña con horno de leña	1
Establo	1
Manga	1
Chanchera	1


Fuente: Salidas de campo.


a) Inventario de atractivos naturales y culturales

Cuadro N° 38.- Atractivos Naturales de la hacienda el Sinche

N°	Ubicación Hacienda el Sinche	Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo			Jerarquía	Descripción	Fotografía
			Categoría	Tipo	Subtipo			
01	X: 0722219 Y: 9832868 3 158 msnm	Sendero Chupichan	Sitios naturales	Montaña	Sendero	II	El sendero Chupichan es el camino principal que conduce hacia el mirador, inicia desde la ordeñadora hasta el mirador recorriendo aproximadamente 1,5 km, encontrando una variedad de flora y fauna propia del lugar, especialmente la flor de Chupichan del cual proviene el nombre del mismo.	


02	X: 0722189 Y: 9833142 3 282 m.	Mirador las Peñas	Sitios naturales	Montaña	Mirador	II	El mirador las Peñas es un mirador natural que se encuentra en el punto más alto de la hacienda a unos 3 282 m. obteniendo una vista de 360 °, desde el cual se puede observar un paisaje asombroso conjugado con una variedad de flora y fauna propia del lugar.	 
03	X: 0722114 Y: 9833296 3 266 m	Sendero las Peñas	Sitios naturales	Montaña	Sendero	II	El sendero las Peñas se encuentra al límite superior de la hacienda, sirve como lindero de la misma. Está formado por algunos tramos planos, curvas y pendientes se recorre aproximadamente 0,5 km desde el mirador hasta la Y.	


04	X: 0721811 Y: 9833138 3 179 m	Sendero Gualicon	Sitios Naturales	Montaña	Sendero	II	<p>El sendero Gualicon comienza desde la Y en donde se encuentran los senderos Chupichan y las Peñas hasta la segunda Y en donde se une el camino que lleva a Taita Cura.</p> <p>Es el sendero más extenso de la hacienda.</p>	
----	---	---------------------	---------------------	---------	---------	----	--	--


05	X: 0721739 Y: 9832776 3 129 m	La Cocha	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Chacras estacionales	II	La cocha es una chacra estacional que sirve como un reservorio de agua para la época de verano.	
----	---	----------	------------------	---------------------	----------------------	----	---	---


Fuente: Salidas de campo/entrevistas con personas claves.



Cuadro N° 39.- Atractivos Culturales de la hacienda el Sinche

No.	Ubicación Hacienda el Sinche	Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo			Descripción	Fotografía
			Categoría	Tipo	Subtipo		
06	X: 0721851 Y: 9831998 3 030 m.	Casona el Sinche	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura Civil	La casona es históricamente la primera casa que se construyó dentro de la hacienda, tiene más de 150 años; la misma ha sido sometida a varias remodelaciones y adecuaciones, la primera remodelación fue hace 24 años manteniendo su estilo original	

07	X: 0721863 Y: 9832046 3 024 m.	Quesería	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	Explotaciones industriales	<p>La quesería es la planta en donde se realizan cuidadosamente los procesos para la elaboración de más de tres cientos quesos diarios, está conformada por las tres áreas.</p> 
----	--	----------	----------------------------	---	----------------------------	---

08	X: 0721900 Y: 9832674 3 073 m.	Ordeñadora	Manifestaciones culturales Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas Explotaciones agropecuarias	La ordeñadora se encuentra a 0,5 km de la quesería. Cuenta con la maquinaria necesaria para realizar los procesos de extracción de leche, son procesos semiartesanales ya que interviene el ser humano para complementar con dicho proceso. Está formada por once espacios aptos para el ingreso de las vacas.	
----	--	------------	---	--	---

09	X: 0721863 Y: 9832046 3 024 m.	Proceso de elaboración del queso el Sinche	Manifestaciones culturales	Literario	Narrativo	<p>Antiguamente la elaboración del producto se lo realizaba en el sitio del ordeño, la leche se recolectaba en barriles de roble y se añadía cuajo animal; obtenida así la cuajada se colocaba en moldes de madera y se transportaba a la planta o quesera para los procesos de prensado y salado. Una vez terminado la elaboración del producto se sometía a un proceso de maduración que alcanzaba un periodo de dos meses, hasta que la corteza alcanzaba un estado o consistencia dura.</p> 
----	--	--	----------------------------	-----------	-----------	---

10	X: 0721934 Y: 9832640 3 083 m.	Historia de la hacienda el Sinche.	Manifestaciones culturales	Literario	Narrativo	<p>Los primeros datos que se conocen de la hacienda el Sinche se remontan al 9 de Mayo de 1870, conocida con el nombre de CASPI-PUNGO y sus anexos de APAGUA y SALINAS, ubicada en el cantón Guaranda. Su primer propietario en ese entonces el General Señor Juan José Flores, quien fue el primer presidente de la República del Ecuador, de nacionalidad colombiana.</p>	
11	X: 0721863 Y: 9832046 3 024 m	Proceso de elaboración de la Calcha	Manifestaciones culturales	Símbolos y valores		<p>El Calcha es la fermentación de la planta de maíz, esta preparación es utilizada como alimento para el ganado durante la época de verano, época en la cual el pasto puede escasear o no ser suficiente para alimentar a las vacas</p>	

Fuente: Salidas de campo/entrevistas con personas claves.

2) Oferta complementaria

a) Planta turística

Para el análisis de la planta turística se consideró a todos los establecimientos que ofrezcan servicios de prestación turística como: alimentos y bebidas, agencias de viajes, recreación y diversión, que se encuentren registradas en el catastro turístico de Guaranda actualizado hasta el año 2013, determinando así:

i. Establecimientos de alimentos y bebidas

Cuadro N° 40.- Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Guaranda

TIPO: RESTAURANTE						
Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas-mesas	Contacto
La Bohemia	Segunda	Tannya Vargas Silva	Convención 1884 y 10 de agosto	15	60	Telf.: 2984368
El Típico Trigal	Segunda	Gloria Enriqueta Hernández Rodríguez	Vía a Vinchoa central	17	68	Telf.: 2251130
La Estancia	Segunda	Edison Vicente Ponce Cepeda	calle García Moreno y Sucre	12	48	Telf.: 298315 Mail: ediponce@

						hotmail.co m
Chifa Gran Cangrejo Rojo	Tercera	Kuang Jianbo Huang	10 de Agosto s/n y 7 de Mayo	16	64	Telf.: 2983871
Listo El Pollo	Tercera	Luis Guillermo Guaita Guaita	9 de Abril s/n y Azuay	16	64	Telf.: 2981314
Chifa Hong Kong	Tercera	Yang Bingchu	calle Sucre y Olmedo	7	28	-
Señora Pizza	Tercera	Teresita de Jesus Lliguisupa Pastor	Av. General Enríquez 526 y Cándido Rada	10	40	Telf.: 2983483 Mail: teresital1.70 @hotmail.e s
Rincón del Sabor	Tercera	Sara Cenaida Saltos Solorzano	Olmedo entre Convención y Sucre	10	40	Telf.: 2984023
Gran Bolívar	Tercera	Liliana Emperatriz Núñez Vargas	Sucre 704 y Olmedo	12	48	Telf.: 2982047
Pollo Maravilla	Tercera	Letty Jojana Ibarra Salazar	10 De Agosto y 9 De Abril	10	40	-
Pollito feliz	Tercera	Rosillo Purcachi Flor María	Espejo y Pichincha 301	10	40	Telf.: 2985530

Di Florentino 1	Tercera	Gutiérrez Yallico José Manuel	7 de Mayo y Garcia Moreno	10	44	Telf.: 2984008 Mail: joseoxigeno@hotmail.com
Di Florentino 2	Tercera	Gutiérrez Yallico José Manuel	Salinerito y Guayas	11	44	Telf.: 2984008 Mail: joseoxigeno@hotmail.com
Chifa Pekin	Tercera	Luis Eduardo Libravo	Sucre 907 y García Moreno	10	40	Telf.: 2980525
La Tentación de San Andrés	Tercera	Carlos Andrés Gaviláñez Gortaire	García moreno y Pichincha	12	48	Telf.: 0998347837 Mail: gavilanez.andres@hotmail.com
Central	Tercera	Dina Lastenia Monar Carvajal	Azuay y Moraima ofir Carvajal	10	40	Telf.: 2982131
La casa del Gaucho	Tercera	Isabel Alarcón Romero	Av. Cándido Rada #200 y Av. Guayaquil	21	84	-

Tililak	Tercera	Elisa Jayhaira Granja Figueroa	9 de Abril y Manuela Cañizares	7	28	Telf.: 29860 90 Mail: dannysolart e21@hotmail.com
Criss Events	Tercera	Elva Cristina García Arguello	Azuay y Convención de 1884	12	48	Telf.: 2980573
Pizzería Bonn Giorno	Tercera	Irina Ortega	Sucre y García Moreno	8	32	Telf.: 2983603
La gran puerta de Alcala	Tercera	Gonzalo Xavier Espin Saltos	García Moreno s/n y Antonio Ante	14	56	Telf.: 2985918 Mail: lapuertadeal cala@hotmail.es
Ayamaqu i bar delicatess en	Tercera	Chávez Escobar Mary Angélica	Azuay 512 y Sucre	12	48	Telf.: 2984720
Selfservic e Buffet Fusion	Tercera	Delia Arguello Domínguez	Sucre y García Moreno	10	40	Telf.: 0990193273 Mail: deliaarguell o_9@hotmail.com
Chifa Guaranda	Tercera	Zheng Yunping	Av. Cándido Rada y	8	32	Telf.: 0969074168 Mail:

			General Enríquez			zheng- 20@hotmail .com
Marisque ría La Boca del Rio	Tercera	Tania Patricia Espinoza Castellano	General Enríquez 214 y García Moreno	6	24	Telf.: 0992932993
El Forastero	Cuarta	Nexar Oriol Zambrano Briones	García Moreno entre 9 de Abril y Gral. Enríquez	12	48	Telf.: 0998985229
Mediterrá neo 1	Cuarta	Livinston Oswaldo Morejón Angulo	Calle General Enríquez y Cándido Rada	24	96	-
La cabaña del Dorado	Cuarta	Cristóbal Adolfo Acosta Castro	Recinto 4 Esquinas vía Ambato	5	20	Telf.: 0993373340
Tipo: CAFETERÍA						
Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas- mesas	Contacto
Siete Santos	Segunda	Alicia Larrea	Convención 1884 y 10 de Agosto	25	100	Telf.: 2980612
Café Área	Segunda	Marcos	Gabriel	8	32	

53		Oswaldo Caiza Galarza	Secaira Arguello Ciudadela Defensa del Pueblo			Telf.: 2206508
Café Concierto Pool Tocata	Tercera	Sonia Montero Aguilar	Convención de 1884 N°1111 y García Moreno	8	32	Telf.: 2980668
Tipo: FUENTES DE SODA						
Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas- mesas	Contacto
Paraíso de las Frutas y Algo Más	Segunda	Livingston Prado Camacho	Calle Sucre y García Moreno	7	28	Mail: livingp@g mail.com
El Taquito	Tercera	Consuelo Elizabeth Burbano Pozo	Calle 10 de Agosto y 9 de Abril	4	16	Telf.: 2983907
Pastelería Juad'S	Tercera	Luis Eduardo Flores Rivadeneira	Convención De 1884 y Azuay	4	16	Telf.: 0998470986
Sweet Bakery	Tercera	Elsa Margoth Pazmiño Meléndez	Av. Cándido Rada 110 Y 9 De Abril	4	16	Telf.: 282098

Fuente: DPTO. DE TURISMO, GADM de GUARANDA.

ii. Agencias de viajes

Cuadro N° 41.- Agencias de viajes del cantón Guaranda

Tipo	Nombre	Propietario	Categoría	Dirección	Contacto
Agencia de viajes	BLUE BIRD	BLUEBIRD CIA. LTDA.	Operadora	Av Elisa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora	Telf.: 0997912775 Mail: abluebirdcialtda@yahoo.com

Fuente: GADM de GUARANDA, DPTO DE TURISMO.

iii. Establecimientos de recreación y diversión

Cuadro N° 42.- Establecimientos de recreación y diversión del cantón Guaranda

Tipo: BAR						
Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas mesas	Contacto
Bloom Exclusive	Tercera	Tyrone Mauricio Núñez Espín	Av. Elisa Mariño de Carvajal , Barrio El Peñón	5	20	Telf.: 0981923786
Taberna	Tercera	Jorge Enrique	Av.5 de Junio	9	36	Telf.:

Music Bar Jorguito		Bonilla Martínez	S/N y Espejo			2981827
Tipo: DISCOTECA						
Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas-mesas	Contacto
X QUE NO?	Segunda	Nashely Alexandra Valdivieso Lucio	9 de Abril y 10 de Agosto	15	60	Telf.: 2982875 Mail: Nasaleval78@hotmail.es
AREA 53 CAFÉ	Segunda	Marcos Oswaldo Caiza Galarza	Gabriel Secaira Arguello-ciudadela Defensa del Pueblo	18	72	Telf.: 2206508 Mail: freddy.caiza@hotmail.com
La Terraza Guarand eña	Segunda	Paulo Cesar Álvarez Mora	Azuay S/N Y Antigua Colombia	25	100	Telf.: 2985567 Mail: polholho_08@hotmail.com
Tipo: TERMAS Y BALNEARIOS						
Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas mesas	Contacto
Balneario Ecológico Piscis	Segunda	Hugo Villa Jaramillo	San Luis De Pambil- San Fernando	15	60	Telf.: 0991585359

Complejo Turístico La Rueda Spa	Segunda	Mario Enrique Escobar Gortaire	Av. Caracas Y Roberto Arregui	8	32	Telf.: 2983624 Mail: samytour_ 2006@yah oo.es
--	---------	--------------------------------------	-------------------------------------	---	----	--

Fuente: DPTO DE TURISMO, GADM de GUARANDA.



b) Productos turísticos


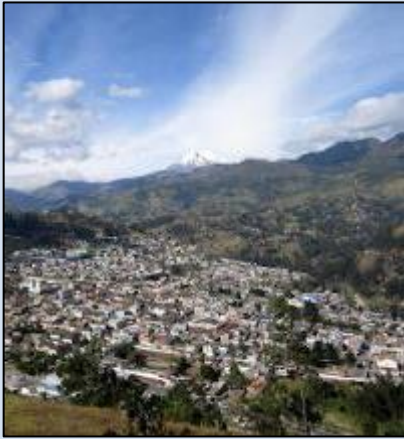
i. Atractivos turísticos del cantón Guaranda

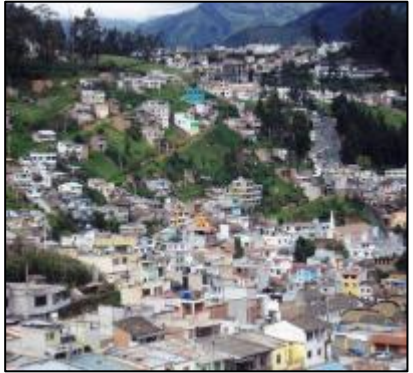

El cantón Guaranda posee gran potencial humano, social, antropológico, geográfico, hidrográfico considerándolo como un destino turístico por su variedad de atractivos, tanto en su zona urbana como rural.



De acuerdo con los inventarios turísticos existentes el cantón cuenta con los siguientes atractivos:



Cuadro N° 43.- Atractivos naturales y culturales del cantón Guaranda



CATEGORÍA: Sitios Naturales				
Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo		Descripción	Fotografía
	Tipo	Subtipo		
Mirador Natural Colina San Bartolo	Montaña	Colina	<p>Ubicación: se encuentra a 2 km. de la ciudad de Guaranda.</p> <p>La colina de San Bartolo sirve como mirador natural, desde donde se puede admirar la ciudad de Guaranda. Antiguamente se llamaba la colina de San Bartolomé, debido a un santo de mucha devoción.</p>	
Mirador Natural Colina Cruz Loma	Montaña	Colina	<p>Ubicación: Se encuentra a 3 km. de la ciudad.</p> <p>Antes se le denominaba Loma de la Cruz. Después de las actividades del carnaval allí se celebraba la misa del miércoles de ceniza.</p>	



			<p>La leyenda cuenta que cayó un rayo a consecuencia de un fuerte invierno de esta manera destruyo a dicha cruz, en este lugar se puede disfrutar de espacios verdes compuestos de frondosos árboles de cholán, allí se encuentra el monumento al Cacique Guaranda.</p>	
<p>Mirador Natural Colina San Jacinto</p>	<p>Montaña</p>	<p>Colina</p>	<p>Ubicación: se encuentra a 3 km del centro de la ciudad.</p> <p>Esta elevación antiguamente era un centro de adoración de los dioses, también la utilizaban como un lugar de observación de los movimientos de los soldados enemigos y evitar que ingresen a la comarca. Actualmente es uno de los miradores naturales que posee Guaranda.</p>	



Mirador natural colina Talalag	Montaña	Colina	<p>Ubicación: se encuentra a 2 km del centro de la ciudad.</p> <p>Esta colina se caracteriza por el sonido que emite, similar al golpe del martillo sobre una varilla de Hierro y ésta sobre la piedra de la montaña, se escucha talag talag, más el eco fuerte que producía la montaña talag talag. De allí proviene el nombre de la misma.</p>	
Mirador natural colina Tililac	Montaña	Colina	<p>Ubicación: se encuentra a 3 km del centro de la ciudad.</p> <p>Es la más pequeña entre todas, por aquí pasa el río Guaranda, emitiendo un sonido similar al ruido tilig-tilig, sonido más suave y sutil.</p>	



Mirador loma de Guaranda	Montaña	Colina	<p>Ubicación: Se encuentra a 2 km del centro de la ciudad.</p> <p>Se llama así en honor a la misma ciudad de Guaranda, es la principal, brindando respeto y admiración.</p>	
Mirador natural colina el Calvario	Montaña	Colina	<p>Ubicación: Se encuentra a 2 km del centro de la ciudad.</p> <p>Se debe su nombre a la muerte de Jesús en Jerusalén, en el monte del Calvario, por lo tanto, como precepto religioso, desde aquí salía la procesión del Domingo de Ramos, la misma que llegaba a la iglesia principal, dando inicio a la Semana Santa.</p>	



Bosque de Polylepís	Bosque	Seco interandino	<p>Ubicación: a 40 minutos de la ciudad de Guaranda. Por la vía Guaranda – Riobamba.</p> <p>El bosque está constituido por un relicto de Yagual o árbol de papel, en medio de la vegetación de páramo que rodea el entorno.</p>	
El Troje, Orillas y Cascada del Río Salinas	Ríos	Cascada	<p>Ubicación: Localizado al occidente de la ciudad de Guaranda, al margen derecho de la Colina Cruz Loma, se encuentra El Troje.</p> <p>-Lo fascinante del sector es la combinación de recursos tales como el río, las grandes rocas y la naturaleza.</p>	


Cascada de Ishpingo	Ríos	Cascada	<p>Ubicación: a 45 minutos de la parroquia Guanujo, en la vía que conduce comunidad de Cuatro Esquinas.</p> <p>-La Cascada de Ishpingo, tiene una caída de agua de una altura aproximada de 50 m.. Su agua es cristalina y alimenta un pequeño riachuelo.</p>	
Complejo Ecológico Los Caseiches	Bosque	Bosque montano	<p>Ubicación: En el Kilómetro 16 de la vía Guaranda - Riobamba, sector de las Herrerías.</p> <p>- El complejo dispone de un vivero de plantas nativas, sendero ecológico cuya extensión de dos kilómetros conduce a la Paila y Cascada.</p>	



El Arenal y Paisaje Natural	Bosque	Páramo	<p>Ubicación: trayecto de Guaranda hacia Ambato o Riobamba y viceversa.</p> <p>-El Arenal es un páramo seco se encuentra a los 4.107 msnm, se encuentra habitada principalmente por las vicuñas, animales que pueblan estos arenales.</p>	
Laguna Las Cochas, (Puricocha y Patococha)	Ambientes lacustres	Lagunas	<p>Ubicación: Se encuentran a 6 Km. de Guaranda.</p> <p>-Conformada por dos lagunas que todavía permanecen con agua poseen una superficie aproximada de 5000 m² cada una, pero ambas se encuentran en una extensión total de unas 8 hectáreas y distantes entre si unos 1.500 mts.</p>	


Bosque de Peña Blanca	Bosque	Seco interandino	<p>Ubicación: a 45 minutos de la Parroquia Salinas.</p> <p>El Bosque tiene una extensión aproximada de 726 has, dominado por terrenos escarpados y precipicios, en donde se ubica una gran roca o peña de la cual se deriva el nombre del sitio</p>	
Reserva Faunística Chimborazo	Sistema de áreas protegidas	Reserva de producción Faunística	<p>Ubicación: Bajo jurisdicción de las provincias de Chimborazo, Bolívar y Tungurahua.</p> <p>-Se trata de un área protegida de altura, constituida mayoritariamente por páramos, en donde se encuentra el volcán Chimborazo.</p>	


Minas de Sal	Fenómenos espeleológicos	Minas de sal	<p>Ubicación: a 1 Km. de la parroquia Salinas, a 3500 m.s.n.m.</p> <p>- La sal es obtenida de las rocas que forman la montaña de salitre. Son elevaciones de piedra lisa y brillante. Por sus bordes pasa un pequeño río de agua de páramo.</p>	
Laguna Cocha Colorada	Ambientes lacustres	Laguna	<p>Ubicación: a 35 minutos de la parroquia Simiatug.</p> <p>-La laguna es de origen natural, posee aproximadamente 800 m de diámetro, sus aguas son cristalinas. Su característica principal son las algas de color rojo.</p>	
Rápidos los Caseiches	Ríos	Rápidos o raudales	<p>Ubicación: En el Kilómetro 16 de la vía Guaranda - Riobamba, sector de</p>	


			<p>las Herrerías.</p> <p>Este río se forma con la unión de los ríos Esperanza y Taurihuaycu o Gallorumi, que rodean a la loma Tzamboloma. Sus aguas presentan un color casi transparente, sin sedimentos ni algas.</p>	
Cuevas de Tiagua	Fenómenos Espeleológicos	Cuevas	<p>Ubicación: a 40 minutos de la parroquia Salinas.</p> <p>-Es una formación geológica compuesta de 2 grandes bloques paralelos de rocas que corren en sentido norte-sur, separadas por un pequeño valle intermedio.</p>	


CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales				
Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo		Descripción	Fotografía
	Tipo	Subtipo		
Carnaval de Guaranda	Realizaciones artísticas contemporáneas	Fiestas	<p>Ubicación: centro y alrededores de la ciudad de Guaranda.</p> <p>El Carnaval se inicia en Guaranda a raíz de la fiesta de los Reyes, el 6 de enero, y en ocasiones en la Noche Buena. Se constituye en un ritual mágico para la unión, realizando desfiles, serenatas, corridas de toros populares, flores, frutas mucha comida y bebida y el tradicional juego con agua.</p>	


Centro Histórico de la ciudad de Guaranda	Histórica	Sectores históricos	<p>Ubicación: centro de la ciudad de Guaranda.</p> <p>El Centro Histórico de Guaranda está compuesto por un conjunto de casas construidas con materiales autóctonos y con una ingeniería propia de comienzos del siglo XX. Hay algunas construcciones del siglo XIX.</p>	
Centro Cultural Indio Guaranga	Históricos	Museos	<p>Ubicación: en la colina de Cruz Loma.</p> <p>Formada por un monumento al Cacique Guaranga y Centro Cultural que embellecen el sector, contiene un Museo, Auditorium espacioso y elegante donde se expone objetos antiguos para recordar la historia provincial, además se brinda información de la provincia.</p>	



<p>Pase del Niño en la ciudad de Guaranda y parroquia de Guanujo</p>	<p>Realizaciones artísticas contemporáneas</p>	<p>Fiestas</p>	<p>Ubicación: centro de la ciudad de Guaranda y Guanujo.</p> <p>El Pase del Niño es una festividad que en Guaranda y Guanujo se celebra desde tiempos inmemoriales.</p> <p>Se realiza después de la Navidad, hasta la primera semana de enero. El Pase empieza después de la misa que los sacerdotes ofrecen al Niño Dios en la Catedral de Guaranda. Una vez terminada la misa, en el atrio de la iglesia inicia el Pase.</p>	
--	--	----------------	---	---


La Feria y Mercados de ciudad de Guaranda	Etnográficas	Ferias y mercados	<p>Ubicación: ciudad de Guaranda.</p> <p>En la ciudad de Guaranda existe la plaza 15 de Mayo y los mercados 10 de Noviembre, 24 de Mayo (minorista), Primero de Mayo y Guanujo, cada uno de ellos merece ser visitado para adquirir diversos productos o servirse exquisitos platos típicos.</p> <p>El día de feria: El sábado es el día de feria en Guaranda. En éste día hay gran movimiento comercial.</p>	
---	--------------	-------------------	---	---



El Shamanismo	Etnográficas	Shamanismo	<p>Ubicación: ciudad de Guaranda y alrededores.</p> <p>Es una actividad que la practican hombres o mujeres indígenas, campesinos y mestizos, para curar y sanar a los pacientes de enfermedades como el espanto, mal aire, mal de ojo o enfermedades incurables.</p> <p>Inicia con la presencia del curandero y pacientes los días martes o viernes. Para el efecto emplean una serie de elementos como: velas, galletas, bananos, caramelos, hierbas verdes y tiernas. Otros curanderos utilizan también: tiestos, machetes, huevos, cuyes, rosarios, etc.</p>	
---------------	--------------	------------	--	---

El Día de los difuntos	Realizaciones artísticas contemporáneas	Fiestas	<p>Ubicación: ciudad de Guaranda y alrededores.</p> <p>En Guaranda, los blancos y mestizos celebran esta fiesta, encargando una misa por el descanso del difunto y asistiendo a misas católicas. Luego toda la familia visita el cementerio de la ciudad o el de la Iglesia Catedral. En el mismo cementerio de Guaranda y en las parroquias, los indígenas celebran este día de una manera muy especial: los familiares llevan al cementerio la colada morada, las guaguas de pan y otros alimentos que les gustaban a los difuntos. Alrededor de las tumbas comparten los alimentos y en familia se sirven.</p>	
------------------------	---	---------	--	---

<p>Fiestas por San Pedro y San Pablo en la parroquia de Guanujo</p>		<p>Ubicación: Parroquia de Guanujo</p> <p>Su principal atractivo es la Iglesia en la que celebran las famosas festividades de San Pedro, el 29 de junio de cada año, duran más de quince días. En este lapso se puede disfrutar de fogatas bailables, toros de pueblo, chamizas y regocijos populares, en los que el visitante puede observar los disfraces de los priostes, danzantes, curiquingues, vacas locas, así como los juegos pirotécnicos, etc.</p>	
---	--	--	---

<p>Artesanía: elaboración de tejidos de lana, quesos y otros productos.</p>	<p>Etnográficas</p>	<p>Ubicación: Parroquias de Guanujo y Salinas de Guaranda.</p> <p>Existen varias asociaciones integradas principalmente por mujeres que trabajan en el arte del bordado y la hilandería. En estas organizaciones elaboran una gama de productos como tarjetas, billeteras, llaveros, guantes de cocina, cojines, varios modelos de bolsos, muñecos, tapetes, entre otros.</p> <p>Así también como la elaboración de los diferentes tipos de quesos, muy reconocidos por su exquisito sabor.</p>	 
---	---------------------	--	--

<p>Fiesta de los Santos Reyes en la parroquia de Salinas</p>	<p>Realizaciones artísticas contemporáneas</p>	<p>Fiestas</p>	<p>Ubicación: Parroquia de Salinas.</p> <p>Se celebra el 6 de enero de cada año. Existen personajes que resaltan por sus vestimentas o nombres, así; los Embajadores representan a los 3 Reyes Magos: Gaspar, Melchor y Baltazar, alternándose vienen de las Comunidades de Pambabuela, Verdepamba, Chazojuan. Ellos defienden a Dios y a los ángeles.</p> <p>En tanto que el Basallo y sus acompañantes defienden al Rey y el reinado, para lo cual utilizan vestimenta de variados colores y disfraces propios de la zona.</p>	
--	--	----------------	---	---

Andinismo al Chimborazo		<p>Ubicación: Reserva faunística del Chimborazo</p> <p>Para llegar a la montaña se debe tomar la carretera panamericana hasta la ciudad de Riobamba y luego el desvío (vía a San Juan), hacia el trayecto que va de Ambato a Guaranda, en la mitad del cual se encontrará claramente el inicio del camino al refugio.</p> <p>La aventura empieza sobre la nieve en el primer refugio del Chimborazo a 4 600 metros sobre el nivel del mar. Por allí caminan los montañistas expertos, antes de ascender por este gigante de 6 310 metros de altitud.</p>	 
-------------------------	--	---	---

Fuente: DPTO DE TURISMO, GADM de GUARANDA.

ii. Líneas de productos y variedades de productos turísticos del cantón Guaranda

Para determinar los productos turísticos se tomó en cuenta los lineamientos establecidos en el PLANDETUR 2020 para la definición de líneas de productos y variedades de productos específicamente para el Ecuador, considerando que Guaranda cuenta con numerosos atractivos naturales como culturales, los mismos que en conjunto se consolidan para obtener los diferentes productos turísticos como parte de la oferta del cantón, tales como:

Cuadro N° 44.- Líneas de productos y las variedades de productos del cantón Guaranda

Líneas de productos	Variedad de productos	Nombre del atractivo
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	-Cascada del Río Salinas. -Cascada de Ishpingo. -Laguna Las Cochas, (Puricocha y Patococha). -Laguna Cocha Colorada. -Rápidos los Caseiches
	Reserva	Reserva de producción Faunística Chimborazo
	Fiestas populares	-Carnaval de Guaranda. -Pase del Niño en la ciudad de Guaranda y parroquia de Guanujo. - El Día de los Difuntos. -Fiestas por San Pedro y San Pablo en la parroquia de Guanujo. - Fiesta de los Santos Reyes en la

Turismo cultural		parroquia de Salinas
	Patrimonios culturales	-Centro Histórico de la ciudad de Guaranda. -Museo y Centro Cultural Indio Guaranga.
	Patrimonios naturales	-Yacimientos Mineros en la parroquia de Salinas.
	Turismo arqueológico	-Cuevas de Tiagua
	Mercados y artesanías	-La Feria y Mercados de ciudad de Guaranda. -Feria Indígena el día Sábado en la ciudad de Guaranda y parroquias de Guanujo y Simiatug -Artesanía, Elaboración de Tejidos de Lana, Quesos y otros productos en la parroquia de Salinas.
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	-Andinismo al Chimborazo

Fuente: DPTO DE TURISMO, GADM de GUARANDA.

c. Análisis de la competencia

1) Oferta sustitutiva

De acuerdo al catastro turístico en el cantón Guaranda existen los siguientes establecimientos que se consideran como parte de la oferta sustitutiva:

Ficha N° 12.- “HOSTERÍA EL ANGEL”

Nombre: EL ANGEL		Tipo: Hostería		Categoría: Primera	
Instalaciones		Servicios		Capacidad	Precio
 		-Internet inalámbrico		17	-Sencilla
		-Estación gratuito de café y té		40 pax/plaza	\$ 22.40
		-Asistencia con las transferencias para los huéspedes por un costo adicional.		23 mesas	-Doble
				92 pax/plaza	\$ 44.80.
		-Restaurante Servicio, bar y servicio de habitaciones.			-Familiar
					\$ 67.20.
					-Suite
					\$ 61.60.
		-Juegos interactivos.			(Incluye IVA , 10% de servicio , desayuno)

	-Tours, campings, excursiones. -Parqueadero privado. -Tv cable.		
Demanda	Mercado nacional e internacional		
Ubicación	Comunidad Vinchoa S/N y Vía a Riobamba		
Formas de comercialización	Teléfonos: 2225075 Email: hosteriaelangel@hotmail.com Página web: www.hosteriaelangel.com		
Propietario	Ángel Rodrigo Goyes Noboa		

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 13.- “HOSTAL BOLÍVAR”

Nombre: Bolívar		Tipo: Hostal	Categoría: Primera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
  		-Habitaciones Ejecutivas -T.V.Cable -Wi Fi -Restaurante -Salón de Eventos -Parqueadero	25 hab. 53 pax/plaza	Simples: \$ 20 dólares . Dobles: \$ 35 dólares (Incluye el IVA)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Antonio José de Sucre 704 Y Vicente Rocafuerte			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980547 Email: hbguaranda@gmail.com Página web: hotelbolivar.wordpress.com			
Propietario	José Alejandrino Núñez Freire			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 14.- “HOSTAL LA COLINA”

Nombre: La Colina		Tipo: Hostal	Categoría: Primera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
  		-Baño privado -Restaurante -Internet inalámbrico -Parqueadero -Salón de eventos -Lavandería -Teléfono	20 hab. 42 pax/plaza 29 mesas 116 pax/plaza	Simple \$ 40 Doble \$ 70 Triple \$ 100 (incluido desayuno + servicios e impuestos)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Av. Guayaquil y Psje. Ambato			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980666 Email: - Página web: www.ecostravel.com/ecuador/guaranda/hotel-la-colina .			
Propietario	Miguel Adrián Campana Silva y Otros			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N°15.- “HOSTAL SAMILAGUA”

Nombre: Samilagua		Tipo: Hostal	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitación con baño privado/compartido -Cocina comunal	17 hab. 35 pax/plaza	-Mínima: \$8.00 (Baño Compartido) -Máxima:\$13.00 (Baño Privado)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Samilagua vía Simiatug			
Formas de comercialización	Teléfonos: 0985196031 Email: - Página web: -			
Propietario	Victor Tixilema Yanchaliquin			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 16.- “HOSTAL MAMA RUMI”

Nombre: Mama Rumi		Tipo: Hostal	Categoría: Primera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente. -Internet wi-fi -Garaje -Tv. Cable	20 hab. 38 pax/plaza 8 mesas 32 pax/plaza	Simple \$ 100 Doble \$ 100 Triple \$ 150 Matrimonial \$ 100 (incluye desayuno, IVA + servicios)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Cdla. Coloma Román - Calle Rómulo Torres			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980603 Email: - Página web: -			
Propietario	Carlos Marcelo Chaves de Mora			



Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 17.- “HOSTAL MANSIÓN DEL PARQUE”

Nombre: Mansión del Parque		Tipo: Hostal	Categoría: Primera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitaciones con baño privado.	12 hab. 23 pax/plaza	El precio es por persona \$ 25
		-Agua caliente. -Internet Wi-fi -Tv. Cable	14 mesas 56 pax/plaza	(Incluye desayuno + IVA)
Demanda		Mercado nacional e internacional		
Ubicación		Sucre S/N y 10 de Agosto		
Formas de comercialización		Teléfonos: 2 981-513 / 2 984 – 468 / 099569105 / 099442943 Email: guaranda@mansiondelparque.com Página web: www.mansiondelparque.com		
Propietario		Magdalena Clemencia Tapia Lombeida		


Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 18.- “HOSTAL BALCON CUENCANO”

Nombre: Balcón Cuencano		Tipo: Hostal	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitación con baño privado. -Tv. Cable -Agua caliente	25 hab. 41 pax/plaza	Por persona \$ 7
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Sucre entre 10 de Agosto y Olmedo			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2981-902 Email: - Página web: -			
Propietario	Rosa Armijos Armijos			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 19.- “HOSTAL SANTA FE”

Nombre: Santa fe		Tipo: Hostal	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitación con baño privado. -Agua caliente -TV cable	15 hab. 36 pax/plaza	Simple \$ 8 Doble \$ 15 Triple/Matrimonial \$ 15 (Incluye IVA)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	10 de Agosto 804 y 9 de Abril			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2- 981-526 Email: hostalsantafeg@hotmail.com Página web: -			
Propietario	Edison René Patiño Ayala			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 20.- “HOSTAL RESIDENCIA COCHABAMBA”

Nombre: Cochabamba		Tipo: Hostal residencia	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		<ul style="list-style-type: none"> - Habitaciones con baño privado. -TV cable -Agua caliente -Internet -Garaje -Salón de eventos 	19 hab. 62 pax/plaza	Simple \$ 15,00 Doble \$ 25,00 Triple \$ 12,50 por persona. (no incluye IVA)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	García Moreno y 7 de Mayo			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2 981-958 Email: hotelcochabamba@yahoo.es Página web: hotelcochabamba.blogspot.com			
Propietario	Zaida Moya Jiménez			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 21.- “HOSTAL RESIDENCIA GUARANGA”

Nombre: Guaranga		Tipo: Hostal residencia	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitación con baño privado. -Tv cable. -Agua caliente.	12 hab. 25 pax/plaza	Simple \$ 6,00 Doble \$ 12,00 Triple \$ 18,00 (No incluye IVA)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	García Moreno 811 y General Enríquez			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980713 Email: - Página web: -			
Propietario	Walter Naranjo Lagos			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 22.- “HOSTAL RESIDENCIA EJECUTIVO LA BAHÍA”

Nombre: Ejecutivo la Bahía		Tipo: Hostal residencia	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
  		-Habitaciones con baño privado. -Servicio de restaurante -Tv. Cable. -Agua caliente las 24 horas -Servicio de fax. -Parqueadero	16 hab. 26 pax/plaza	Simple \$ 8,00 Doble \$ 16,00 Matrimonial \$ 16,00 (No incluye IVA)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	García Moreno 803 y 9 de Abril			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980044 Email: - Página web: -			
Propietario	Carmita Yolinda Gaibor Pilamunga			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 23.- “HOSTAL RESIDENCIA CASMAR”

Nombre: Casmar		Tipo: Hostal residencia	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitación con baño privado. -Tv cable. -Agua caliente	12 hab. 24 pax/plaza	Simple \$ 8,00 Doble \$ 16,00 (No incluye IVA)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Pichincha 504 y Olmedo			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980-593 Email: - Página web: -			
Propietario	Cesar Alberto Castro Alqui			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 24.- “HOTEL TAMBO LIBERTADOR”

Nombre: Tambo Libertador		Tipo: Hotel	Categoría: Primera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitaciones con baño privado. -Restaurante. -Internet inalámbrico. -Parqueadero. -Salón de eventos. -Lavandería. -Teléfono.	30 hab. 63 pax/plaza 57 mesas 228 pax/plaza	Simple \$ 23,00 Doble \$40,00 Triple \$ 55,00 (Incluye impuestos y desayuno)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	Av. Guayaquil, frente al comando de Policía No 11			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980-634 / 2985-999 Email: - Página web: www.hoteltambolibertador.com			
Propietario	Marco Vinicio Carvajal Camacho			



Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 25.- “HOTEL RESIDENCIA EL MARQUEZ”

Nombre: El Márquez		Tipo: Hotel residencia	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
  		-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente las 24 horas -Restaurante -Internet inalámbrico -Parqueadero -Salón de eventos -Lavandería. -Teléfono	33 hab. 86 pax/plaza	Simple \$ 16.80 Doble:\$ 22.40 Triple:\$ 33.60 (incluido IVA y servicios)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	10 de Agosto y Eloy Alfaro			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2981306 Email: - Página web: -			
Propietario	Luis Romero Vargas			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

Ficha N° 26.- “HOTEL RESIDENCIA COLONIAL”

Nombre: Colonial		Tipo: Hotel residencia	Categoría: Tercera	
Instalaciones		Servicios	Capacidad	Precio
 		-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente -Tv cable. -Internet wi-fi -Restaurante y cafetería -Sala de recepciones -Servicio de garaje	30 hab. 73 pax/plaza	Por persona \$ 12 (Incluye desayuno, IVA y servicios)
Demanda	Mercado nacional e internacional			
Ubicación	9 de Abril y 10 de Agosto			
Formas de comercialización	Teléfonos: 2980-385 Email: - Página web: -			
Propietario	Marcelo Alcibíades Ipiales Montesdeoca			

Fuente: Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2013.

2) Análisis de la oferta sustitutiva

Según el catastro turístico del 2013, Guaranda cuenta con quince establecimientos que brindan el servicio de alojamiento, los mismos que poseen un registro anual de las personas que han hecho uso de sus instalaciones, datos importantes que se tomaron en cuenta para realizar las proyecciones de la oferta y la demanda.

Cuadro N° 45.- Registro anual de turistas

Nombre del establecimiento	Tipo	Clientes anuales
Oferta sustitutiva		
El Ángel	Hostería	975
Márquez	Hotel residencia	2 828
Colonial	Hotel residencia	3 367
Tambo Libertador	Hotel	756
Casmar	Hostal residencia	250
La Bahía	Hostal residencia	635
Guaranga	Hostal residencia	200
Cochabamba	Hostal residencia	2 200
Santa fe	Hostal	1 210
Balcón Cuencano	Hostal	376
Mansión del parque	Hostal	424
Mama Rumi	Hostal	465
Samilagua	Hostal	380
La Colina	Hostal	775
Bolívar	Hostal	1 700
Total		16 541

Fuente: Entrevistas a propietarios de los establecimientos.

2. Confrontación de la oferta y demanda

a. Proyección de la demanda potencial para 5 años

1) Proyección de la demanda potencial para el alojamiento

El 81% de los turistas nacionales manifestaron positivamente para alojarse en la hostería, es decir:

$$\diamond 15\,687 * 81\% = 12\,706$$

En el caso de los turistas extranjeros el 78% afirmaron que les gustaría alojarse en la hostería, es decir:

$$\diamond 708 * 78\% = 552$$

Para la proyección de la demanda potencial para el alojamiento se utilizó el método del incremento compuesto; agrupando los valores tanto de turistas nacionales como internacionales, obteniendo un valor total de 13 258 clientes potenciales, valor que se tomó de los resultados obtenidos en la pregunta número 9 de la encuesta.

Cuadro N° 46.- Proyección de la demanda potencial para el alojamiento

Año	Demanda proyectada
2013	13 258
2014	14 186
2015	16 241
2016	19 895

2017	26 078
2018	36 575

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto.

b. Proyección de la oferta potencial

1) Proyección de la oferta potencial para el alojamiento

Para determinar la oferta potencial se tomó en cuenta el número de clientes anuales para el año 2013, que han hecho uso de los servicios ofertados por los competidores, específicamente en hosterías. El valor con el que se proyectó la oferta es de: 975 personas anuales.

Cuadro N° 47.- Proyección de la oferta potencial para el alojamiento

Año	Oferta proyectada
2013	975
2014	1 043
2015	1 194
2016	1 463
2017	1 918
2018	2 690

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto.

c. Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se calculó mediante la resta entre la demanda potencial y la oferta potencial.

1) Demanda insatisfecha proyectada para el alojamiento

Cuadro N° 48.- Demanda insatisfecha proyectada para el alojamiento

Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
2013	13 258	975	12 283
2014	14 186	1 043	13 143
2015	16 242	1 194	15 048
2016	19 897	1 463	18 434
2017	26 081	1 918	24 163
2018	36 580	2 690	33 890

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto

d. Demanda objetivo

Para determinar la demanda objetivo se utilizó el 20% de la demanda insatisfecha; porcentaje que se estableció de acuerdo a una estimación razonable de los posibles visitantes, para lo cual se tomó en cuenta la capacidad instalada de la hostería y el flujo de turistas según la temporada.

1) Demanda objetivo proyectada para el alojamiento

Cuadro N° 49.- Demanda objetivo proyectada para el alojamiento

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo 20%	Demanda Mensual	Demanda semanal	Demanda diaria
2013	12 283	2 457	205	51	7
2014	13 143	2 629	219	55	7
2015	15 048	3 010	251	63	8
2016	18 434	3 687	307	77	10
2017	24 163	4 833	403	101	13
2018	33 890	6 778	565	141	19

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto

B. VIABILIDAD TÉCNICA DE LA HACIENDA EL SINCHE

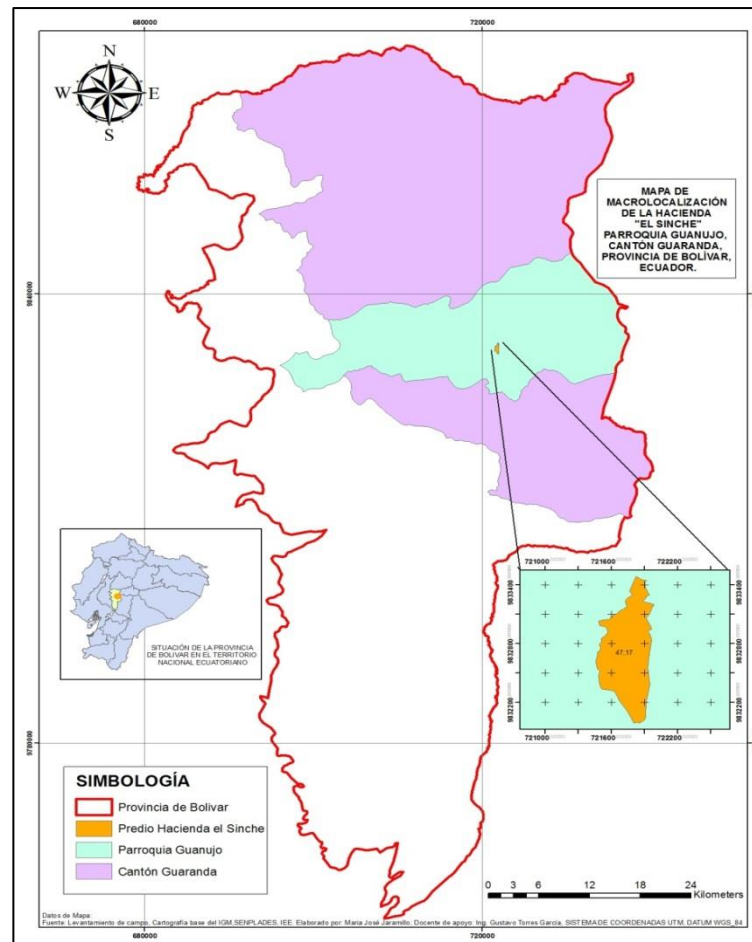
1. Planificación y diseño técnico

a. Localización

1) Macro localización

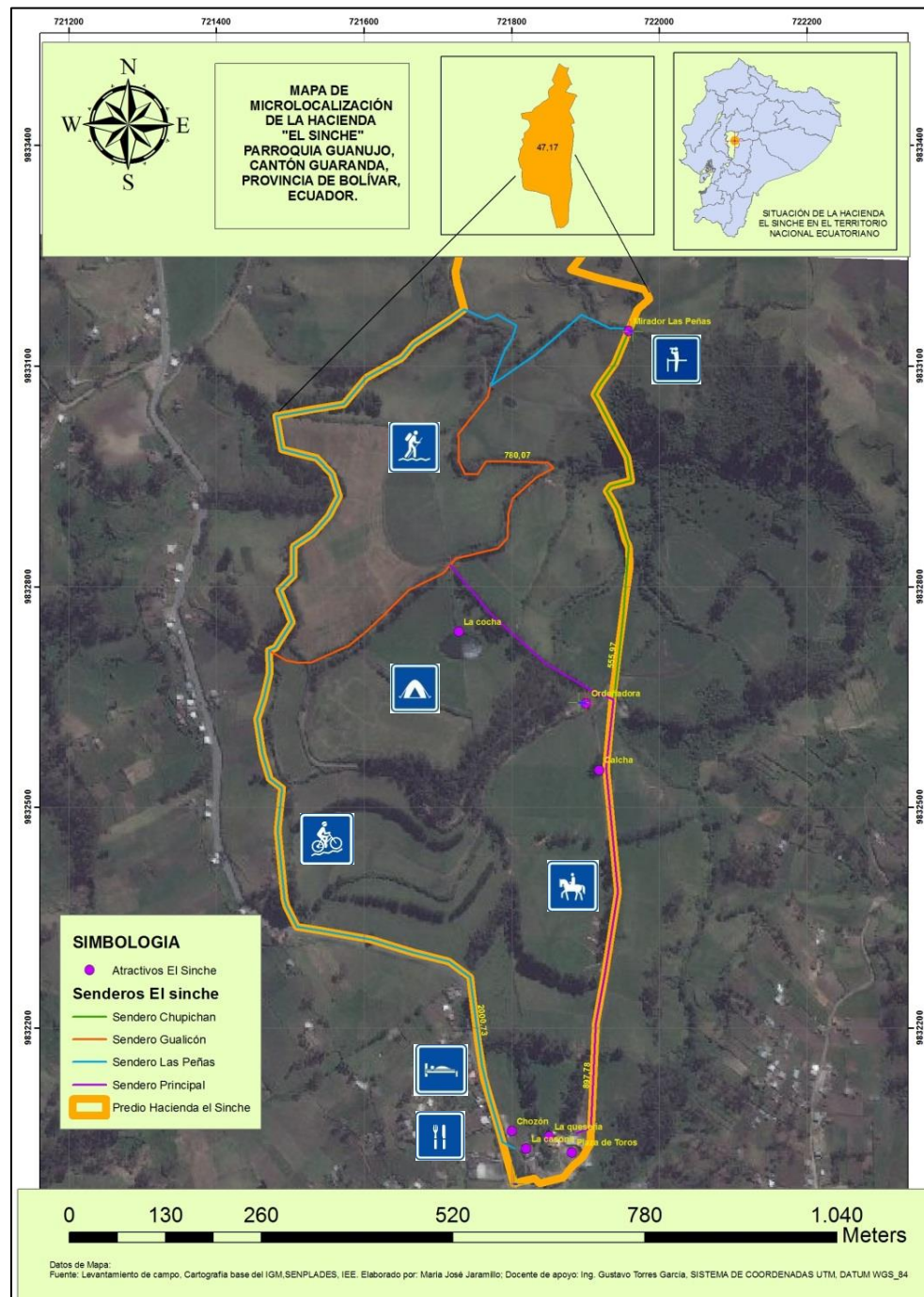
El presente proyecto se desarrolló en:

❖ **País:** Ecuador , **Provincia:** Bolívar, **Cantón:** Guaranda, **Parroquia:** Guanujo, **Hacienda:** El Sinche



2) Micro localización

El presente proyecto se desarrollará en la hacienda el Sinche ubicado en las coordenadas proyectadas: UTM Zona 17 S, WGS 84, X (este)= 722517 m, Y (sur)= 9831930 m. Situada del origen de la zona a 22 km este y 168 km sur.



b. Tamaño de la planta

1) Capacidad productiva por clientes

Cuadro N° 50.- Demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo 20%	Demanda objetivo nacional (95,6%)	Demanda objetivo extranjera (4,4%)
2013	12 283	2 457	2 349	108
2014	13 143	2 629	2 513	116
2015	15 048	3 010	2 878	132
2016	18 434	3 687	3 525	162
2017	24 163	4 833	4 620	213
2018	33 890	6 778	6 480	298

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto

2) Capacidad productiva por clientes por productos

a) Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional

Cuadro N° 51.- Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional

Año	Demanda objetivo nacional (95,6%)	Alimentación (12,1%)	Áreas de camping (33,9%)	Áreas recreativas (45,2%)	Guianza (8,9%)
2013	2 349	284	796	1 062	209
2014	2 513	304	852	1 136	224
2015	2 878	348	976	1 301	256
2016	3 525	427	1 195	1 593	314
2017	4 620	559	1 566	2 088	411
2018	6 480	784	2 197	2 929	577

Fuente: Análisis de la demanda para el proyecto

b) Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera

Cuadro N° 52.- Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera

Año	Demanda objetivo extranjera (4,4%)	Alimentación (12,1%)	Áreas de camping (33,9%)	Áreas recreativas (45,2%)	Guianza (8,9%)
2013	108	13	37	49	10
2014	116	14	39	52	10
2015	132	16	45	60	12
2016	162	20	55	73	14
2017	213	26	72	96	19
2018	298	36	101	135	27

Fuente: Análisis de la demanda para el proyecto

c) **Preferencia de actividades por la demanda nacional**

Cuadro N° 53.- Preferencia de las actividades por la demanda nacional

Año	Demanda objetivo nacional (95,6%)	Cabalgatas (15%)	Caminatas (15%)	Campamento (9,8%)	Ciclismo (10,4%)	Fotografía (9,8%)	Obs. de flora (8,3%)	Obs. procesos Lácteos (5%)	Ordeño de vacas (8,6%)	Senderismo (9,5%)	Otros (8,3%)
2013	2 349	352	352	230	244	230	195	118	202	223	195
2014	2 513	377	377	246	261	246	209	126	216	239	209
2015	2 878	431	431	282	299	282	239	144	248	273	239
2016	3 525	529	529	346	367	346	293	176	303	335	293
2017	4 620	693	693	453	481	453	384	231	397	439	384
2018	6 480	972	972	635	674	635	538	324	557	616	538

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto

d) Preferencia de actividades por la demanda extranjera

Cuadro N° 54.- Preferencia de actividades por la demanda extranjera

Año	Demanda objetivo extranjera (4,4%)	Cabalgatas (9,5%)	Caminatas (22%)	Campamento (6,9%)	Ciclismo (9,5%)	Fotografía (11,2%)	Obs. de flora (7,8%)	Obs. procesos Lácteos (2,2%)	Ordeño de vacas (9,1%)	Senderismo (20,7%)	Otros (1,3%)
2013	108	10	24	8	10	12	8	2	10	22	1
2014	116	11	26	8	11	13	9	3	11	24	2
2015	132	13	29	9	13	15	10	3	12	27	2
2016	162	15	36	11	15	18	13	4	15	34	2
2017	213	20	47	15	20	24	17	5	19	44	3
2018	298	28	66	21	28	33	23	7	27	62	4

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto

3) Consumo aparente

a) Demanda nacional

Cuadro N° 55.- Consumo aparente de la demanda nacional

Año	Demanda objetivo	Semestral	Trimestral	Mensual	Quincenal	Diario
2013	2 349	1 175	587	196	98	7
2014	2 513	1 257	628	209	104	7
2015	2 878	1 439	720	240	120	8
2016	3 525	1 763	881	294	147	10
2017	4 620	2 310	1 155	385	193	13
2018	6 480	3 240	1 620	540	270	18

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto

b) Demanda extranjera

Cuadro N° 56.- Consumo aparente de la demanda extranjera

Año	Demanda objetivo	Semestral	Trimestral	Mensual	Quincenal	Diario
2013	108	54	27	9	5	0
2014	116	58	29	10	5	0
2015	132	66	33	11	6	0
2016	162	81	41	14	7	1
2017	213	107	53	18	9	1
2018	298	149	75	25	12	1

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto

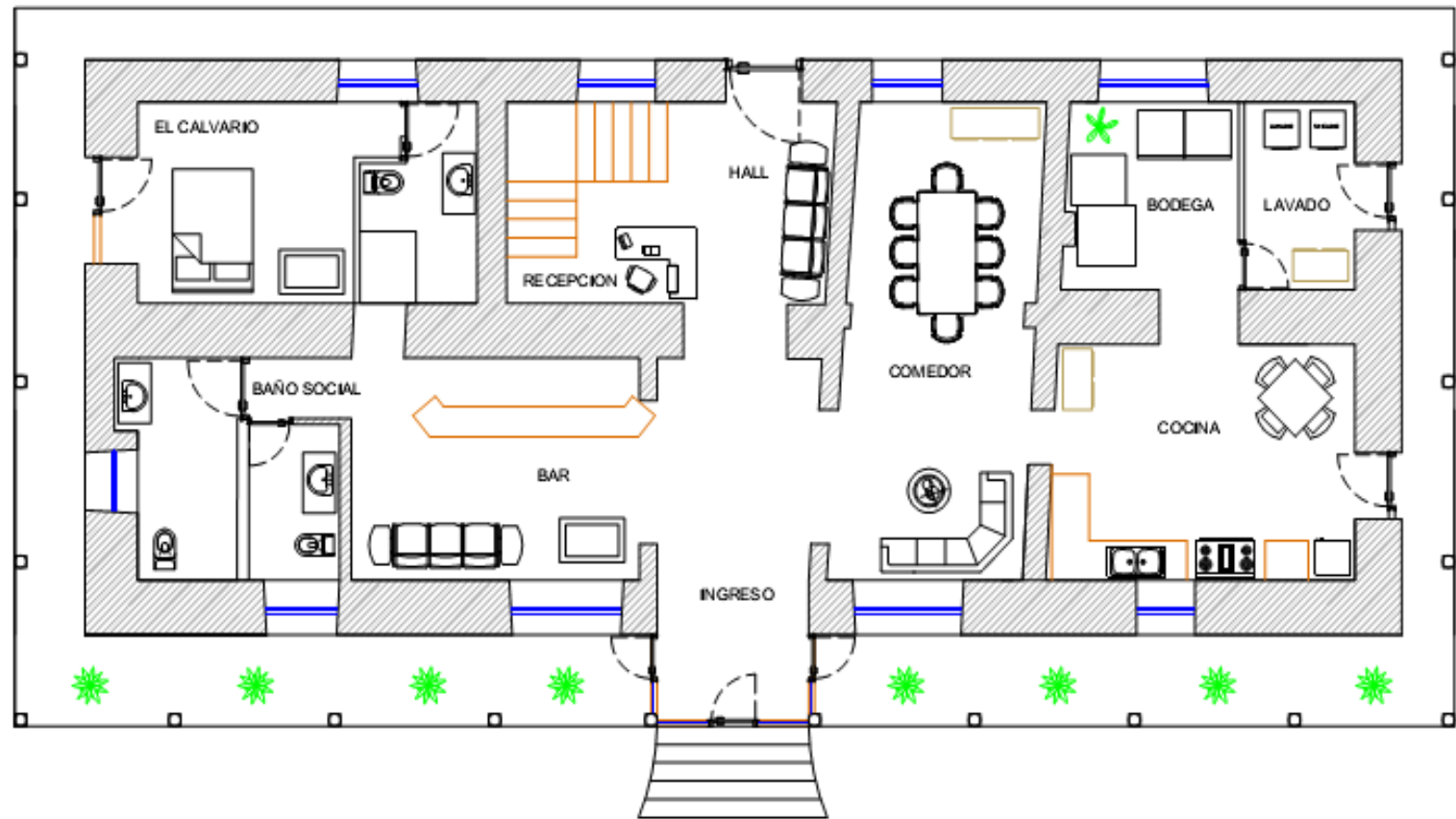
c. Diseño de la planta

El diseño arquitectónico está compuesto por diferentes planos en donde se especifica la distribución y medidas de las áreas con las que cuenta la hostería. En cuanto a su diseño se mantendrá los criterios originales de la construcción.

Se elaboró los siguientes planos:

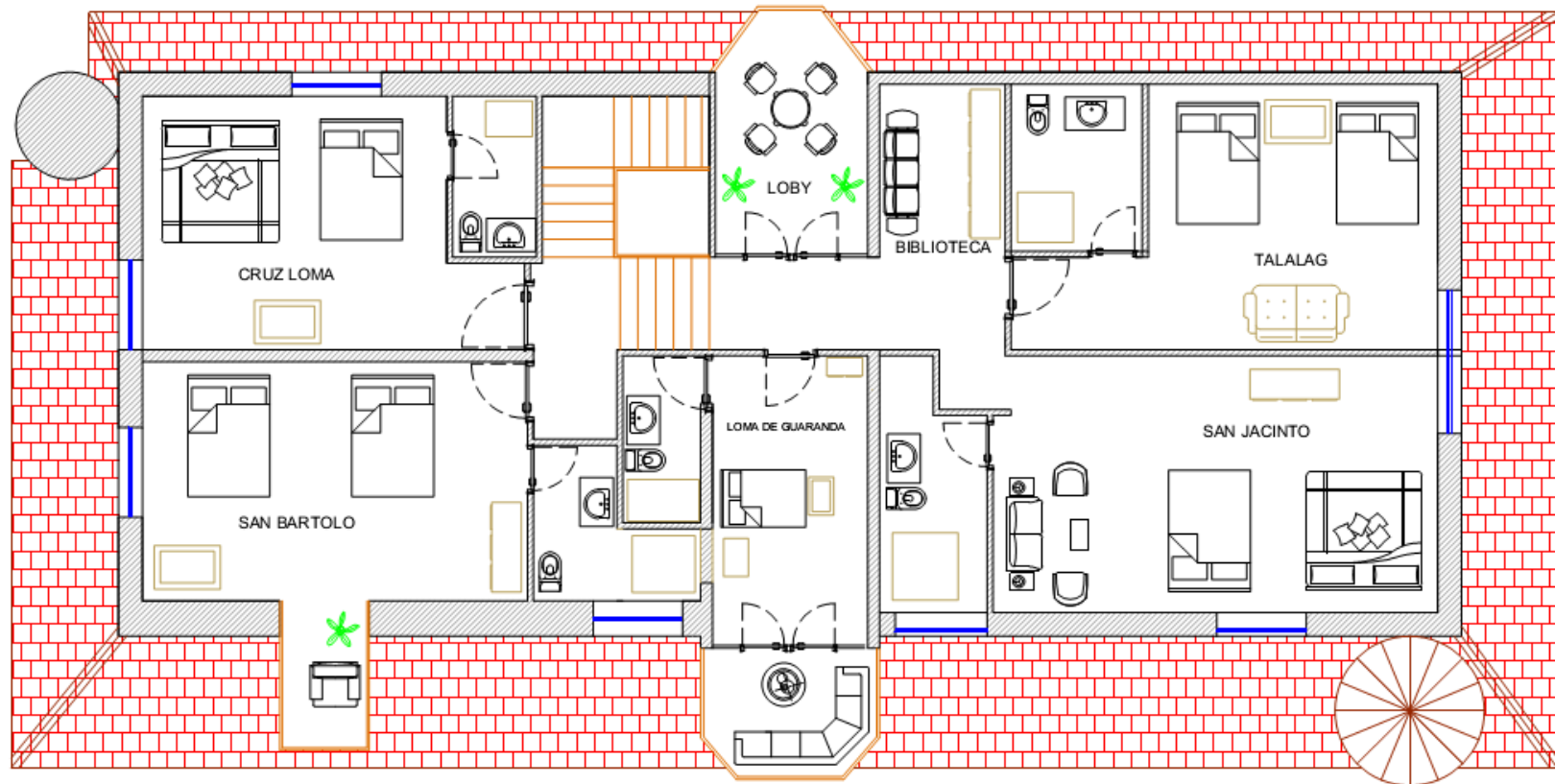
- ❖ **Lámina 1:** Planta arquitectónica planta baja
- ❖ **Lámina 2:** Planta arquitectónica planta alta
- ❖ **Lámina 3:** Fachadas principal y posterior
- ❖ **Lámina 4:** Fachadas norte y sur
- ❖ **Lámina 5:** Implantación

Lámina 1.- Planta arquitectónica planta baja



PLANTA BAJA CASONA EL SINCHE
ESCALA:.....1:100

Lámina 2.- Planta arquitectónica planta alta



PLANTA ALTA CASONA EL SINCHE

ESCALA:.....1:100

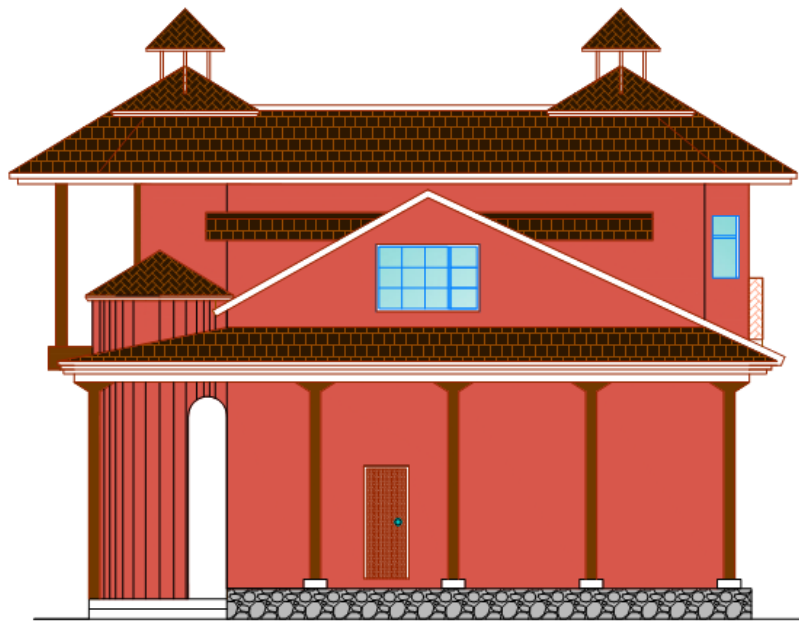
Lámina 3.- Fachada principal y posterior



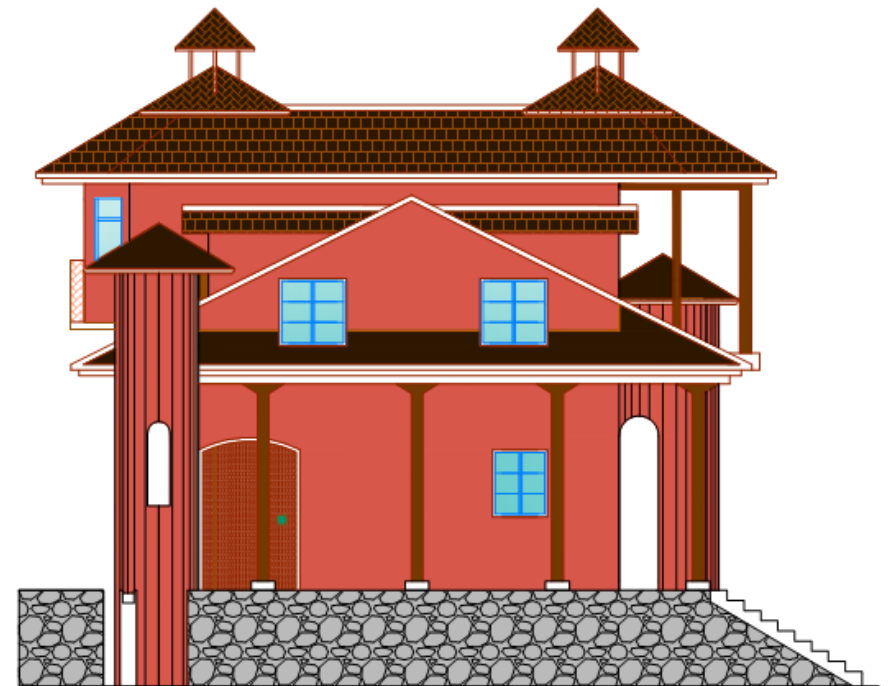
FACHADA PRINCIPAL CASONA EL SINCHE
ESCALA:..... 1:100



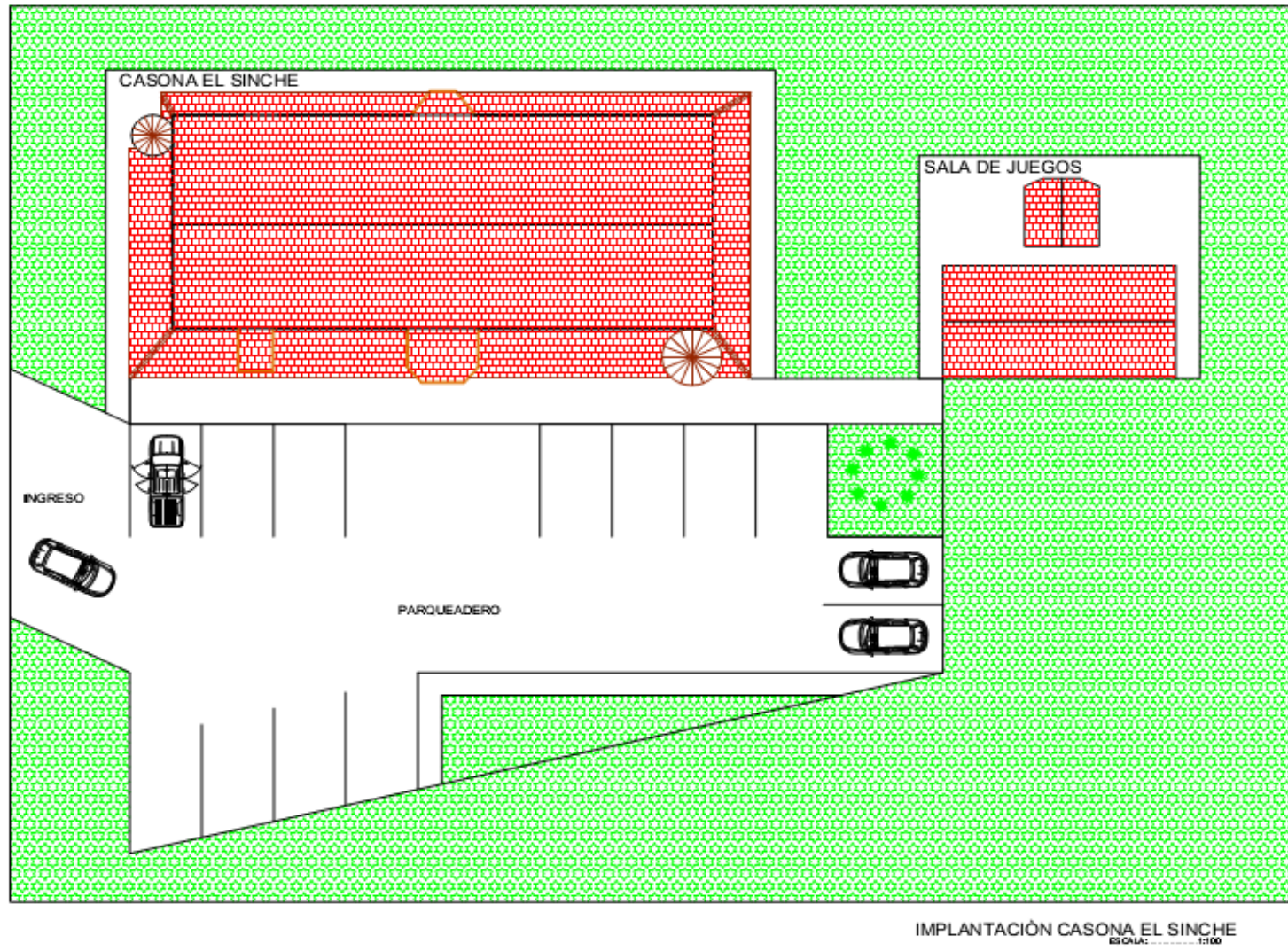
FACHADA POSTERIOR CASONA EL SINCHE
ESCALA:..... 1:100

Lámina 4.- Fachadas norte y sur**FACHADA NORTE CASONA EL SINCHÉ**

ESCALA:.....1:100

**FACHADA SUR CASONA EL SINCHÉ**

ESCALA:.....1:100

Lámina 5.- Implantación

1) Descripción de la construcción

La infraestructura existente es de estilo arquitectónico colonial, perteneciente al neoclasicismo. Se encuentra elevado sobre el nivel del terreno, a través de un zócalo de piedra andesita, sus cubiertas son tradicionales a dos aguas de teja de barro recocido; está formada por una aporticada de madera, pilastras de madera y cimentación corrida. Alrededor de la casona presenta una camineria cubierta.

Las paredes internas son recubiertas de cal para protección contra humedad y hongos, que a la vez le da la apariencia de estar pintado de color blanco. El exterior es de color lobster Shell-15C-4D de pinturas Cóndor; combinando adecuadamente con los detalles de madera que presenta la casona. El ingreso principal de la casona es a través de una mampara piso-techo de madera.

La casona tiene una superficie total de 290 m²; está conformada por dos plantas, en la planta baja se encuentra el área social formada por la recepción, el comedor, un bar, la cocina y dos baños sociales. Para ingresar hacia la planta alta en donde se encuentran las habitaciones, cuenta con una escalera de madera.

Cuadro N° 57.- Infraestructura existente**Casona el Sinche****Vista frontal****Vista posterior**




Vista lateral



Fuente: Salida de campo/Recorrido dentro de la hacienda.

Cuadro N° 58.- Descripción de la construcción

Casona el Sinche		
Techo.- es tradicional a dos aguas, formado por teja de barro recocido.	Paredes.- compuestas por muros de adobe.	Pisos.- con recubrimientos de duela de madera de eucalipto.
		

Fuente: Salida de campo

2) Distribución de áreas

La distribución de las áreas está definido de acuerdo a los servicios que se ofertarán dentro de la hostería, los mismos que se establecieron de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado específicamente en las preguntas 10 y 11 de las encuestas, con lo que se determinó las siguientes áreas:

1) Área de hospedaje

a. Propósito:

Brindar un servicio de calidad en cómodas instalaciones adecuadas para el confort y descanso de los que pernocten en la hostería, en combinación de un equipo seleccionado de trabajo que atienda a los requerimientos de propios y extraños con la finalidad de que se sientan como en casa.

b. Descripción:

La hostería el Sinche contará con una capacidad instalada de 24 plazas, distribuidas de la siguiente manera:

Cuadro N° 59.- Tipo de habitación

Número	Tipo de habitación	Plazas
1	Suite	6 personas
1	Matrimonial	2 personas
2	Dobles	4 personas
2	Triple	6 personas
1	Séxtuple	6 personas
Total	7 habitaciones para 24 personas	

Fuente: Investigación primaria/distribución del espacio.

Las habitaciones son amplias con paredes de color blanco en combinación con ciertas áreas de madera, el techo y el piso son de madera, cuentan además con ventanales amplios, dos

de las siete habitaciones poseen un balcón cerrado con vidrio desde donde se tiene una excelente vista; cada una de ellas posee el menaje y mobiliario adecuado.

Cada habitación llevará el nombre de las colinas que rodean a la ciudad de Guaranda, es decir:

- ❖ Cruz Loma
- ❖ San Bartolo
- ❖ Loma de Guaranda
- ❖ Talalac
- ❖ Tililac
- ❖ San Jacinto
- ❖ El Calvario

c. Decoración:

Las habitaciones estarán decoradas con objetos antiguos de valor histórico para la familia como: lámparas, candelabros, floreros, vasijas, artesanías hechas de bronce, cuadros, baúles, etc. La distribución del mobiliario en cada habitación tendrá una disposición adecuada con la finalidad de crear un ambiente agradable y funcional, aprovechando de mejor manera el espacio.

2) Área de alimentación

a. Propósito

Brindar un servicio de calidad empleando alimentos orgánicos, proveniente de productores minoristas de las comunidades aledañas a la parroquia Guanujo; cumpliendo con los mejores estándares durante los procesos de elaboración de cada plato, rescatando a la vez los sabores y recetas tradicionales, con ese toque único como en casa.

b. Descripción

El área de alimentación en complemento al servicio de hospedaje contará con los siguientes espacios:

❖ **Cocina:** la casona cuenta con un área específica para la preparación de los alimentos, contará con el equipo y menaje necesario para la elaboración de cada plato.

Tiene un área de 20 m², con paredes grandes de adobe de color blanco, formada en cuanto a su estructura con dos ventanas amplias, el piso es de mármol, sus muebles y mesones son de madera, cuenta además con un espacio apropiado para utilizarle como bodega.

❖ **Bar:** El área del bar es un espacio pequeño, su construcción es mixta entre adobe y madera, mide 18 m².

❖ **Comedor:** El comedor consta de dos áreas una dentro de la casona que representa el comedor principal y una área externa, las mismas cuentan con dos mesas para ocho puestos y cuatro mesas de cuatro puestos.

c. Decoración

Específicamente para el área del comedor y el bar se utilizarán objetos antiguos para su decoración creando un ambiente propio de una casa de hacienda. Se mantendrá el color blanco en las paredes y se dará mantenimiento a los acabados de madera que presenta la casona.

3) Área social

a. Propósito

Presentar un espacio apropiado diferente a las habitaciones en donde los visitantes puedan compartir, relajarse y reunirse para divertirse, durante su estadía en la hacienda.

b. Descripción

El área social cuenta con dos espacios, el primero que se encuentra en la parte exterior formado por una infraestructura que servirá como sala de juegos y el segundo en la parte interna de la casona, distribuidos de la siguiente manera:

❖ **Sala:** el área de la sala cuenta con una superficie 9,3 m². Se encuentra en la planta baja de la casona.

- ❖ **Sala de juegos:** la sala de juegos es una infraestructura independiente a la casona, se encuentra en la parte externa de la misma. Cuenta con una superficie total de 48,5 m².

c. Decoración

Para la decoración del área social, se tomará en cuenta la distribución de espacios, tanto para los espacios en el interior de la casona como para la infraestructura que se encuentra en el exterior.

- ❖ **Sala de juegos:** en cuanto a su decoración se mantendrá el color externo de las paredes, mientras que en su interior tendrá un diseño personalizado. Se utilizará mobiliario en cuero, algunos toques y adornos en madera.(Anexo N° 7)

4) Actividades recreativas complementarias

a. Propósito:

Contar con espacios amplios en los que la naturaleza se combine con adecuadas infraestructuras al aire libre, en donde las personas que visiten la hostería, disfruten de áreas verdes, juegos y diferentes actividades, con la finalidad de que puedan divertirse, entretenerse y recrearse, individualmente o en familia.

b. Descripción

El área recreativa estará conformada por los siguientes espacios:

- ❖ **Juegos infantiles:** los mismos que se elaborarán en madera y materiales resistentes, con las seguridades necesarias.
- ❖ **Sistema de senderos:** se definirá los caminos de tránsito a los diferentes atractivos que presenta la hacienda. Estará formado por tres senderos, que serán utilizados principalmente para realizar cabalgatas, ciclismo y caminatas, actividades que tuvieron la mayor aceptación en el estudio de mercado. Tiene una longitud total de 5,8 km con un ancho de 6 m.
- ❖ **Pesca deportiva:** como una de las actividades que se ofrecerá dentro de la hacienda está la pesca deportiva, actividad que se realizará en la Cocha.

5) Área de camping

a. Propósito

Determinar una zona específica en donde el visitante pueda disfrutar, adaptarse y estar en contacto con la naturaleza, transportándolo a un nivel de tranquilidad único. Contando con todo el equipo necesario para que su experiencia de acampar sea a plenitud.

b. Descripción

El área de camping se ubicará cerca de la laguna la Cocha, para su ingreso existe un camino secundario del sendero principal. Se dispondrá un espacio de 300 m².

6) Área de parqueadero**a. Propósito**

Determinar un espacio óptimo para la ubicación y seguridad de los vehículos, con la finalidad de que los visitantes puedan realizar las actividades o pernoctar en la hacienda con tranquilidad.

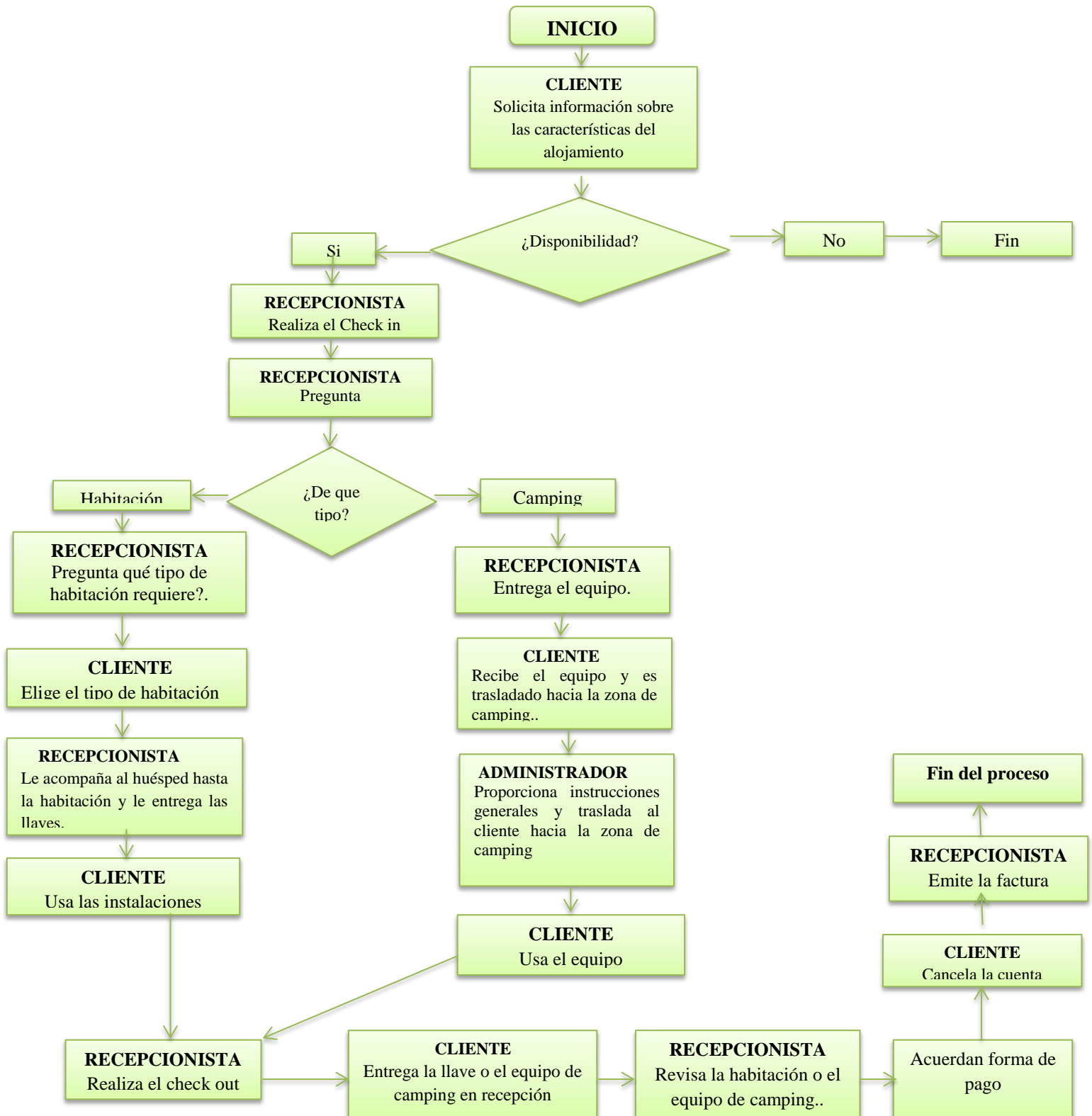
b. Descripción

La zona para el parqueadero se ubicará en la parte frontal de la casona, el espacio que se dispondrá mide 575 m², dividido en trece espacios individuales para cada vehículo.

3) Definición de procesos productivos**a) Flujogramas de servicios**

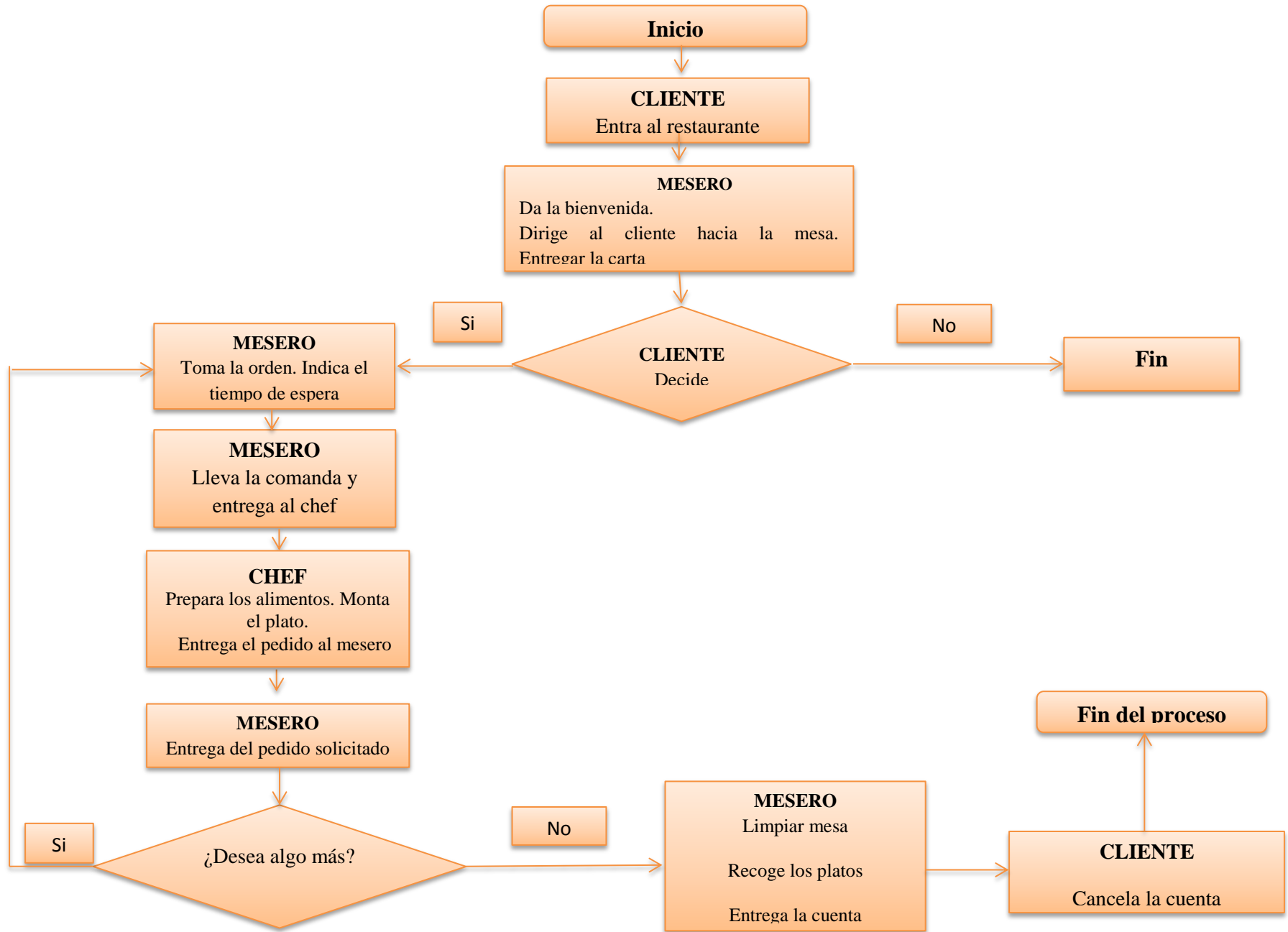
1. Servicio de hospedaje

Gráfico N°38.- Flujograma para el servicio de alojamiento



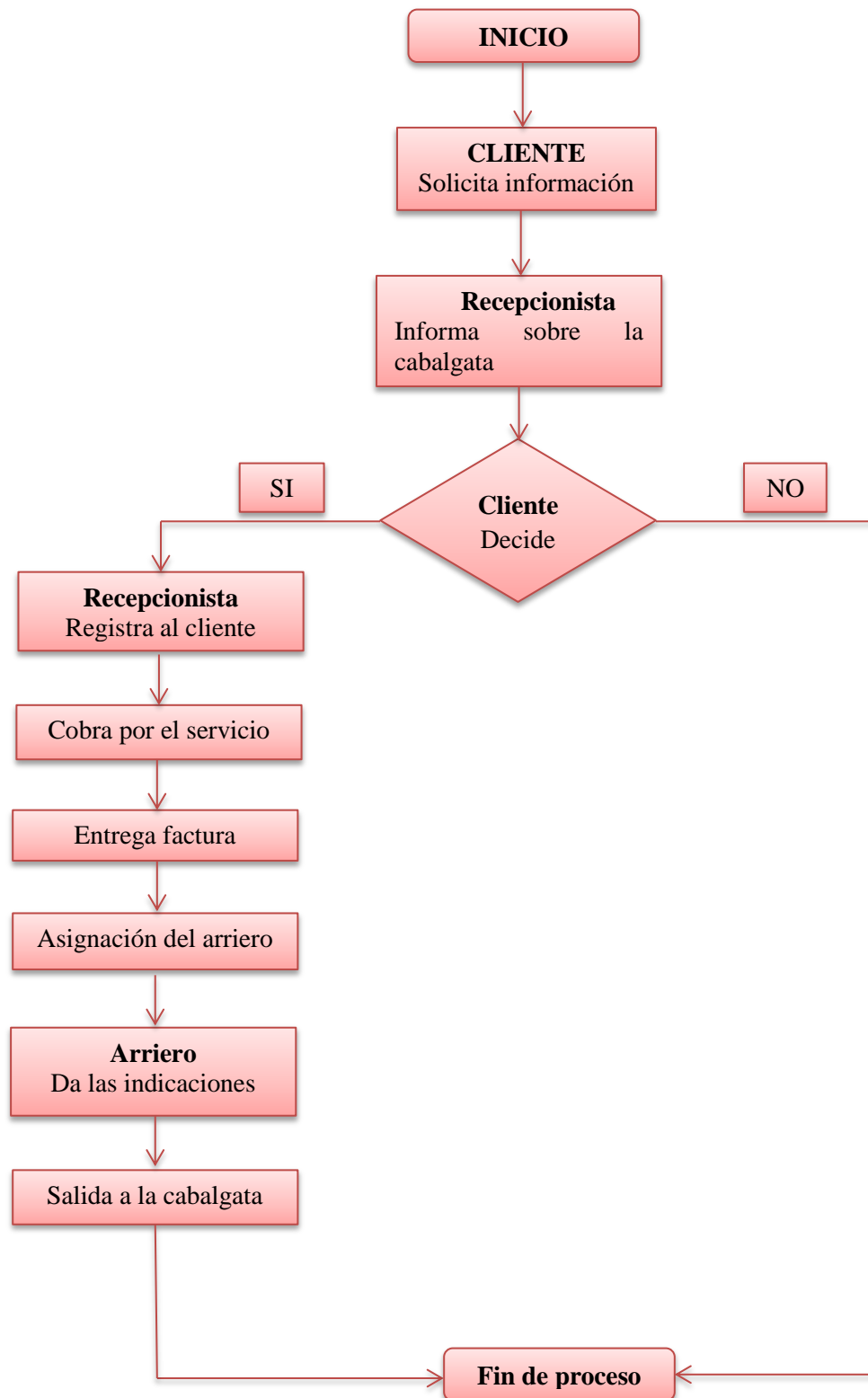
2. Servicio de alimentación

Gráfico N° 39.- Flujograma para el servicio de alimentación



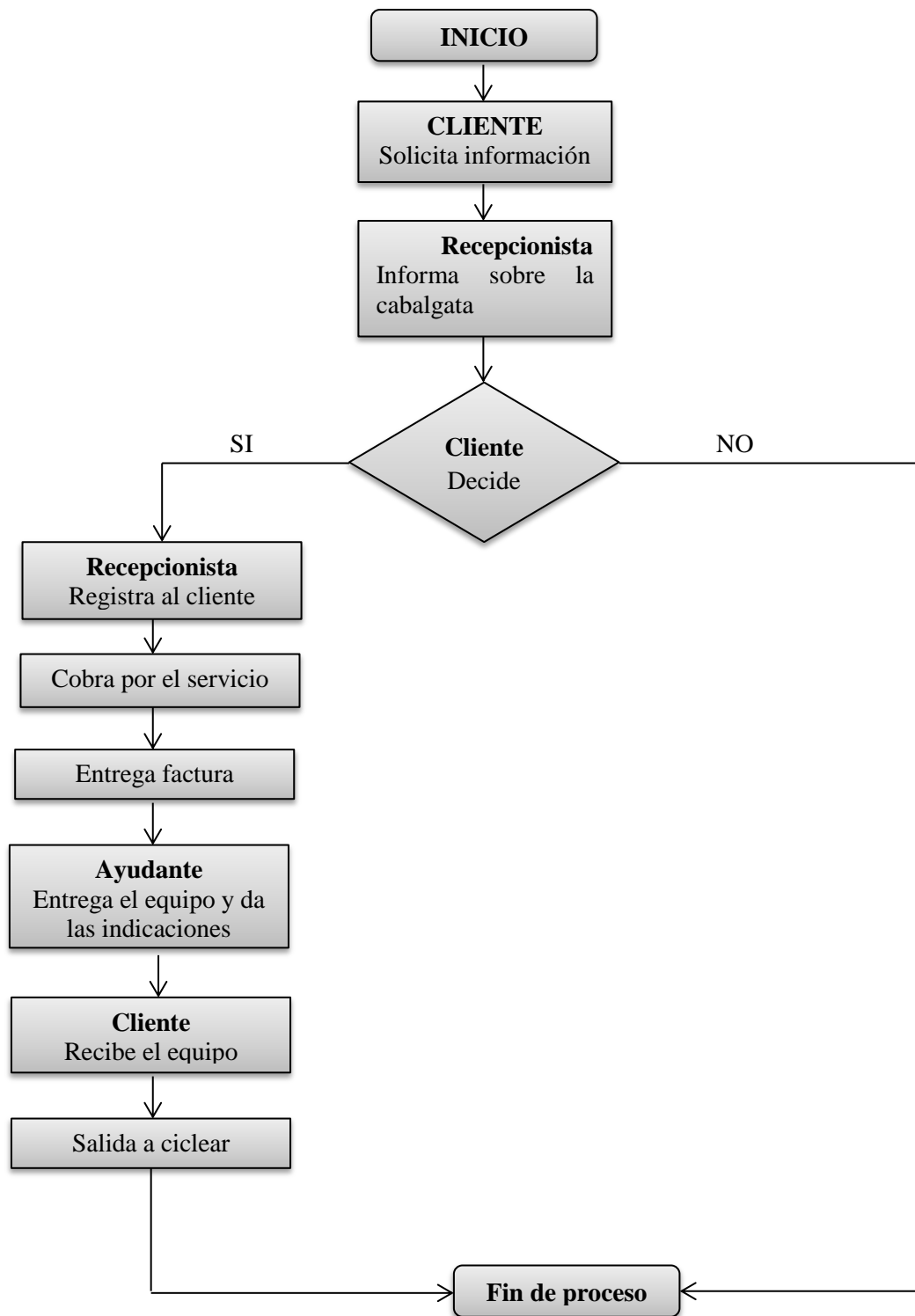
3. Cabalgatas

Gráfico N° 40.- Flujograma para el servicio de cabalgata



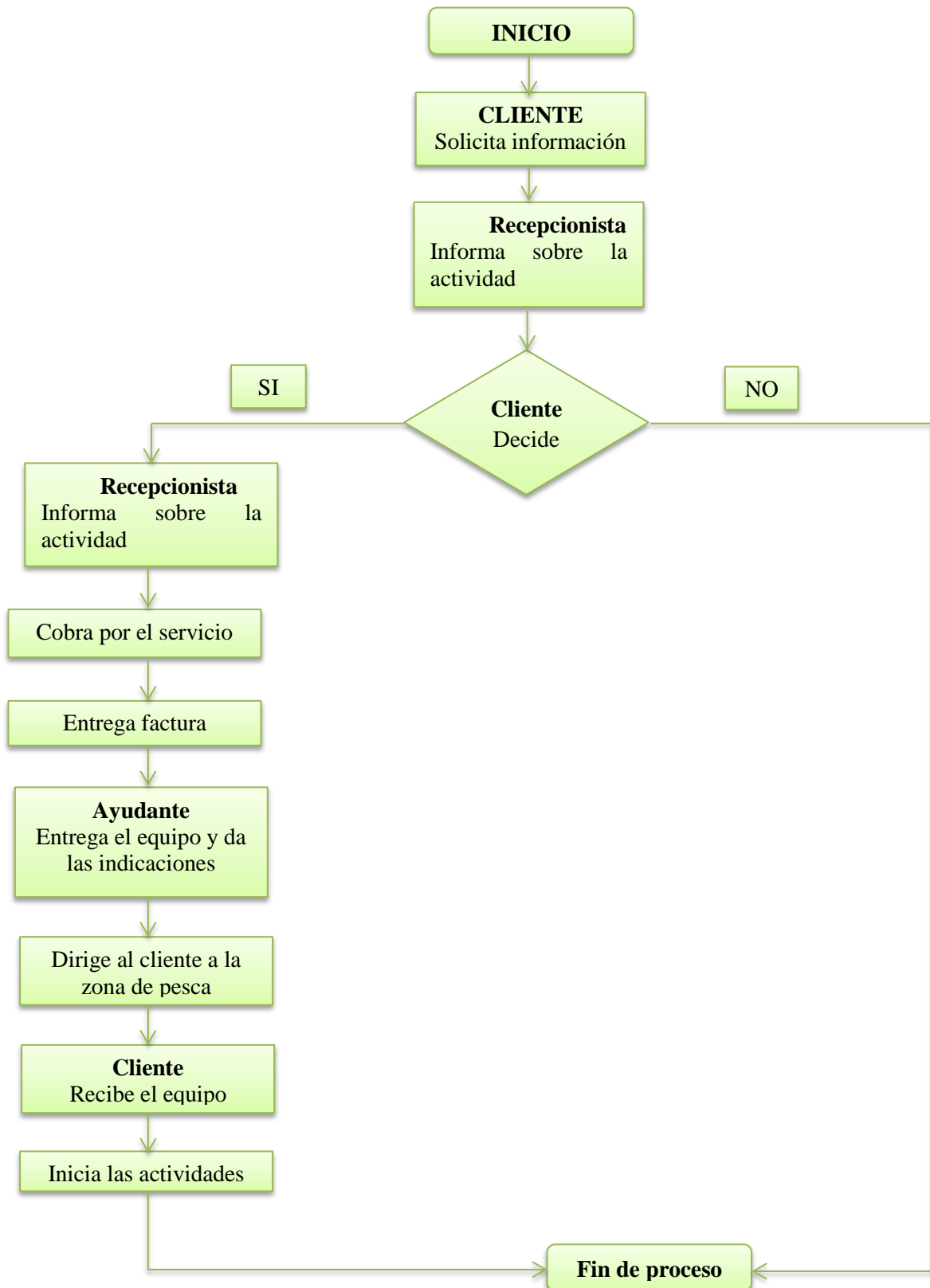
4. Ciclismo

Gráfico N° 41.- Flujograma para el servicio de ciclismo



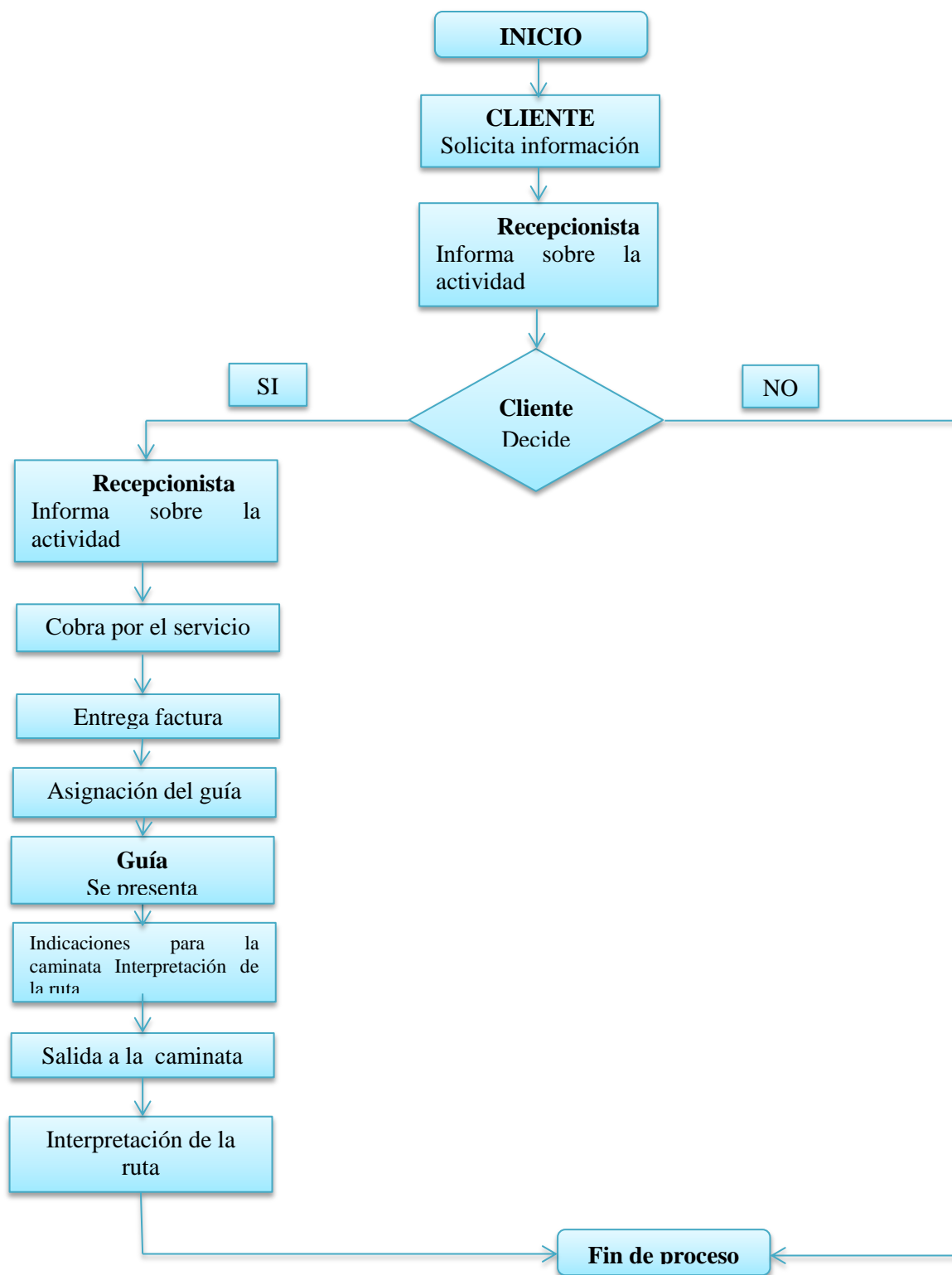
5. Pesca deportiva

Gráfico N° 42.- Flujograma para el servicio de pesca deportiva



6. Caminata/ Senderismo

Gráfico N° 43.- Flujograma para el servicio de caminata/senderismo



b) Recetas de menús

Para el área de alimentación se estructuraron 3 tipos de menús para desayunos, almuerzos, platos fuertes y postres, para lo cual se utilizó una ficha específica en donde se detalla los ingredientes, las porciones y el procedimiento para la elaboración de cada plato. (Anexo N° 10)

d. Requerimientos para el área productiva

1) Activos fijos

Cuadro N° 60.- Activos fijos del área productiva

Activo	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<u>Maquinaria y equipo</u>				
Área de hospedaje				
Calefactor	u	7	120,00	840,00
Lámpara	u	3	45,00	135,00
Extractor de olores	u	6	90,00	540,00
Lavadora	u	1	843,99	843,99
Secadora	u	1	645,99	645,99
Área de alimentación				
Cocina industrial	u	1	750,00	750,00
Horno	u	1	375,00	375,00
Refrigeradora	u	1	845,10	845,10
Licuada oster	u	1	86,99	86,99

Batidora oster	u	1	50,00	50,00
Extractor de olores	u	1	250,00	250,00
Área social (sala de juegos)				
Lcd Hd	u	1	700,00	700,00
Actividades recreativas complementarias				
Retroexcavadora	u	1	30,00 x hora	1680,00
Equipo de pesca	u	3	30,00	90,00
Área de camping				
Sleeping bag		12	65,00	780,00
Carpa (Coleman x4)		3	135,00	405,00
Aislante		12	18,90	226,80
Linterna		6	15,00	90,00
Botiquín primeros auxilios		1	25,00	25,00
Subtotal				9358,90
<u>Muebles y enseres</u>				
Área de hospedaje				
Cama de 1 plaza	u	9	110,00	990,00
Cama de 2 plaza	u	5	200,00	1000,00
Literas	u	2	255,00	510,00
Velador	u	7	50,00	350,00
Cómoda	u	5	150,00	750,00
Mesa	u	5	100,00	500,00
Silla	u	15	35,00	525,00
Sillón	u	6	160,00	960,00
Baúl	u	5	230,00	1150,00
Área de alimentación (cocina)				
Mesa	u	1	100,00	100,00

Aparador	u	1	199,00	199,00
Área social (sala de juegos)				
Sillas	u	4	35,00	140,00
Mesa	u	2	100,00	200,00
Sillón de tres puestos	u	1	360,00	360,00
Sillón compuesto	u	1	747,00	747,00
Mesa de pingpong	u	1	340,00	340,00
Subtotal				8821,00
<u>Menaje</u>				
Área de hospedaje				
Colchón de 1 plaza	u	13	85,00	1105,00
Colchón de 2 plazas	u	5	175,00	875,00
Sábanas de 1 plaza (juego)	u	39	13,00	507,00
Sábanas de 2 plazas (juego)	u	15	20,00	300,00
Cobertor	u	36	30,00	1080,00
Cobijas	u	54	15,00	810,00
Almohada	u	23	5,00	115,00
Florero	u	9	30,00	270,00
Cortinas	u	21	35,00	735,00
Alfombras	u	9	40,00	360,00
Basurero de paja	u	6	10,00	60,00
Espejo	u	6	40,00	240,00
Toallas pequeñas	u	21	4,25	89,25
Canasta pequeña	u	6	2,50	15,00

Toallas grandes	u	21	10,00	210,00
Área de alimentación (cocina)				
Juego de ollas (por 4)	u	2	400,00	800,00
Juego de Cucharones (por 6)	u	6	8,83	52,98
Juego de Sartenes (por 3)	u	2	40,40	80,80
Plateros	u	2	2,00	4,00
Tablas de picar	u	2	5,42	10,84
Juego de Cuchillos (por 3)	u	1	8,61	8,61
Juego de cubiertos para cocina	u	1	15,00	15,00
Juego de cedazos (por 4)	u	1	2,74	2,74
Conjunto manteles (por 3)	u	2	5,17	10,34
Legumbrera	u	1	5,88	5,88
Ensaladera (por 5)	u	2	9,71	19,42
Rallador	u	1	2,95	2,95
Actividades recreativas complementarias				
Caballos	u	5	1000,00	5000,00
Bicicletas	u	5	100,00	500,00
Área social (sala de juegos)				
Juegos de mesa (jenga, cartas,	u	6	70,00	350,00

ajedrez, mancala, dados, monopolio)				
Subtotal				13634,80
Total				31814,70

Fuente: Investigación primaria

2) Inversiones diferidas

Cuadro N° 61.- Inversiones diferidas para el área productiva

Denominación	Costo unitario	Costo total
Capacitación al personal	25 x 8h.(tres días)	600,00
Total		600,00

Fuente: Investigación primaria

3) Costos

a) Insumos y materiales

Cuadro N° 62.- Insumos y materiales para el área productiva

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Área de hospedaje			
Jabón líquido (220 ml)	14	25,00	300,00
Champú (300 ml)	14	25,00	300,00
Papel higiénico	28	30,00	360,00
Área de alimentación			
Cilindro de gas	48 tanques	3,00	144, 00
Servilletas	48 (paquetes de 100)	0,75	36,00
Palillos	12 cajas	1,00	12,00
Actividades recreativas complementarias			
Global de juegos infantiles	4 u	250, 00	1000
Plantas ornamentales	30 u	1,00	30
Área de parqueadero			
Troncos de madera (1,50 m)	32 u	2,00	64,00
Cadena	93 m	2,00	80,00
Pintura color blanco	1 gl.	8,00	8,00
Total			2334,00

Fuente: Investigación primaria

b) Materia prima (área de alimentación)

Cuadro N° 63.- Materia prima para el área de alimentación

Materia prima	Cantidad anual	Unidad	Costo anual
Carne de res	1 000	lb.	500,00
Carnes de cerdo	900	lb	300,00
Arroz	30	Quintales	1 500,00
Azúcar	40	Quintales	1 800,00
Sal	100 fundas	Fundas (2 kg)	50,00
Café	24	Frascos (200gr)	144,00
Chocolate	24	Frascos (440 gr)	20,00
Aceite	80	Botellas	560,00
Especies (orégano, pimienta, laurel, etc)	48	Fundas	20,00
Hierbas(menta, cedrón, manzanilla)	48	Cajas	20,00
Legumbres	720	lb	400,00
Vegetales	720	lb	200,00
Hortalizas	720	lb	180,00
Frutas	1 278	lb	800,00
Total			6 494,00

Fuente: Investigación primaria

c) **Talento humano**

i. **Mano de obra directa**

Cuadro N° 64.- Mano de obra directa para el área productiva

N°	Cargo	Remuneración económica mensual	Remuneración económica anual
Área de hospedaje			
1	Ama de llaves	441,80	6084, 00
2	Camarera	877,40	12087,00
Área de alimentación (cocina)			
1	Chef	663,50	8966,00
Actividades recreativas complementarias			
1	Guía	340,00	5937,80
2	Arrieros	680,00	9520,00
Área social (sala de juegos)			
1	Asistente/ayudante/auxiliar de servicios en general	438,60	6041,30
Área de parqueo			
1	Guardia	443,70	6107,80
Total			54744,00

Fuente: Investigación secundaria/ Ministerio de Relaciones Laborales

ii. Mano de obra indirecta

Cuadro N° 65.- Mano de obra indirecta para el área productiva

N°	Cargo	Remuneración económica mensual	Remuneración económica anual
<u>Área de alimentación (cocina)</u>			
2	Meseros polivalentes	878,00	12093,20
1	Ayudante de cocina	438,10	5937,8
<u>Área recreativas</u>			
Juegos infantiles			
	<u>Instalación (por 3 días)</u>		
1	-Carpintero	30,00	90,00
1	-Peón	24,00	72,00
Sistema de senderos			
	<u>Mantenimiento (durante el invierno)</u>		
2	-Peones	24,00	240,00
Áreas verdes y jardines			
	<u>Siembra de plantas (por 2 días)</u>		
1	-Jardinero	24,00	48,00
	<u>Mantenimiento (cada 2 meses)</u>		
1	-Peón	24,00	144,00
Total			18625,00

Fuente: Investigación secundaria/ Ministerio de Relaciones Laborales

4) Servicios básicos

Cuadro N° 66.- Servicios básicos

Ítem	Proveedor	Costo mensual	Costo anual
Luz	CNEL-EP ³	34,50	414,00
Agua	SENAGUA ⁴	120	1440,00
Teléfono	CNT ⁵	36,00	432,00
Internet	CNT	30,00	360,00
Total			2646,00

Fuente: Investigación primaria.

³ CNEL-EP: Corporación Nacional de Electricidad/Unidad de Negocio Guaranda.

⁴ SENAGUA: Secretaria Nacional del Agua.

⁵ CNT: Corporación Nacional de Telecomunicaciones

C. ESTUDIO MERCADOTÉCNICO

1. Área comercial

a. Producto

1) Valor diferencial

La hostería El Sinche presenta características propias que lo hacen única, aspectos relevantes como:

- 1.** Servicio de alojamiento en una hostería con valor histórico, familiar y centenario.
- 2.** Servicio de alojamiento en instalaciones que guarda su diseño original de una típica casona de hacienda.
- 3.** Espacios verdes amplios apropiados para que exista una interrelación entre el ser humano-y la naturaleza.
- 4.** Actividades al aire libre y propio de una hacienda.
- 5.** Generación de empleo para la gente de las zonas aledañas a la hacienda.
- 6.** Responsabilidad ambiental.

2) Branding

a) Nombre

Para determinar el nombre de la hostería se consideró el nombre ancestral de la hacienda y el tipo de infraestructura, es decir: “Casona el Sinche”, que significa:

- ❖ **Casona:** Casa grande, antigua y señorial.
- ❖ **El Sinche:** palabra quechua que significa “Valeroso”.

b) Slogan

El slogan que identificará a la hostería es: “*Tradición y descanso en un solo lugar....*”, el mismo que describe las características que presenta el lugar, descifrando el equilibrio entre ser humano y naturaleza.

c) Logotipo con nombre y símbolo de la empresa

Gráfico N° 44.- Logotipo con nombre y símbolo de la hostería.



i. Componentes

El logotipo de la empresa está constituida por una parte gráfica, representada por la fachada principal de la casona formando el elemento más representativo, tanto por el diseño que presenta como por la historia en sí de la casona; y la parte textual conformado por el nombre de la empresa “Casona el Sinche”, que da la marca con su significado propio.

ii. Gama cromática de la empresa

Los colores que se utilizaron para representar a la empresa son el blanco y el rojo oscuro, en base a los siguientes conceptos:

Blanco: El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la armonía. Se le considera el color de la perfección, también con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. (RESOL, 2009)

Rojo borgoña: El rojo es un color que estimula los sentidos y lo asocian con la energía, fuerza de voluntad, alegría, motivación, el liderazgo y el amor.

El borgoña, que es un rojo profundo y negro, violáceo o marrón, proviene del nombre del vino tinto que se produjo por primera vez en Borgoña, Francia. (RESOL, 2009)

d) Identidad corporativa

Se diseñó elementos gráficos de papelería, como: tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas, bolsas, principalmente.

Gráfico N° 45.- Tarjeta de presentación



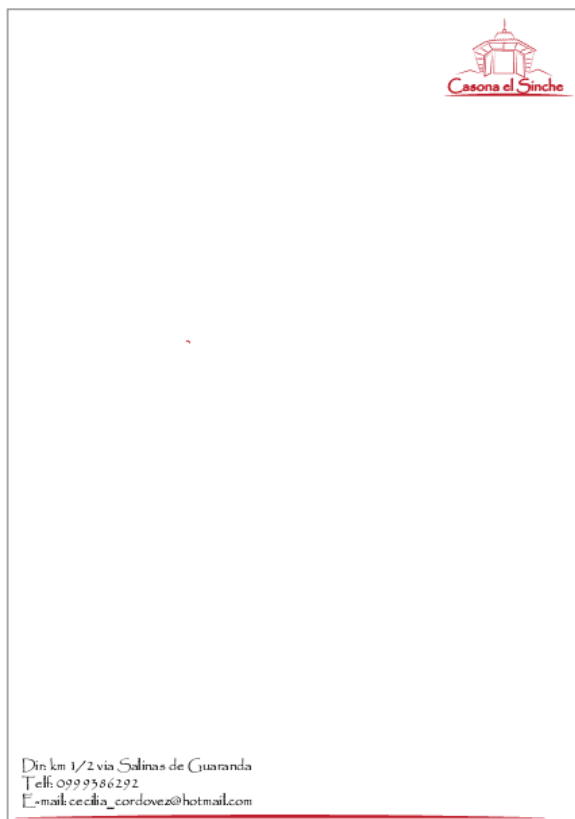
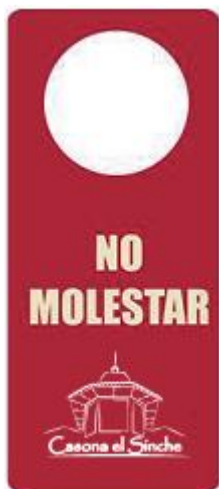
Gráfico N° 46.- Hojas membretadas**Gráfico N° 47.-Bolsas**

Gráfico N° 48.- Colgantes para las puertas de las habitaciones



b. Plaza

De acuerdo al estudio de mercado, se utilizarán los siguientes canales de distribución:

1) Canal directo- Forma directa

La hostería Casona el Sinche, utilizará este canal debido a que el 6% de turistas nacionales y el 7% de turistas extranjeros, utilizan el servicio de agencias de viajes, mientras que el resto de la demanda organiza sus viajes de forma directa sin hacer uso de intermediarios.

2) Canal detallista

La hostería Casona el Sinche, utilizará este canal puesto que se pretende comercializar el nuevo producto y a la vez alcanzar parte del mercado a través de agencias de viajes y operadoras de turismo a nivel nacional, convirtiéndose así en intermediarias.

c. Promoción

1) Publicidad

Para establecer los medios publicitarios para la hostería, se consideró los resultados obtenidos en el estudio de mercado, en el cual los turistas nacionales utilizan los siguientes medios publicitarios: internet (29%), tv (27%) y amigos/familia (16%); mientras que los turistas extranjeros utilizan: internet (70%), amigos/familia (12%) y guías de turismo (8%).

El diseñado de los medios publicitarios constará de una parte gráfica que evoque las características que presenta la hostería y una parte textual, la misma que será en dos idiomas: español puesto que es el idioma de origen del país y en inglés debido a que es considerado como lengua vehicular en el mundo.

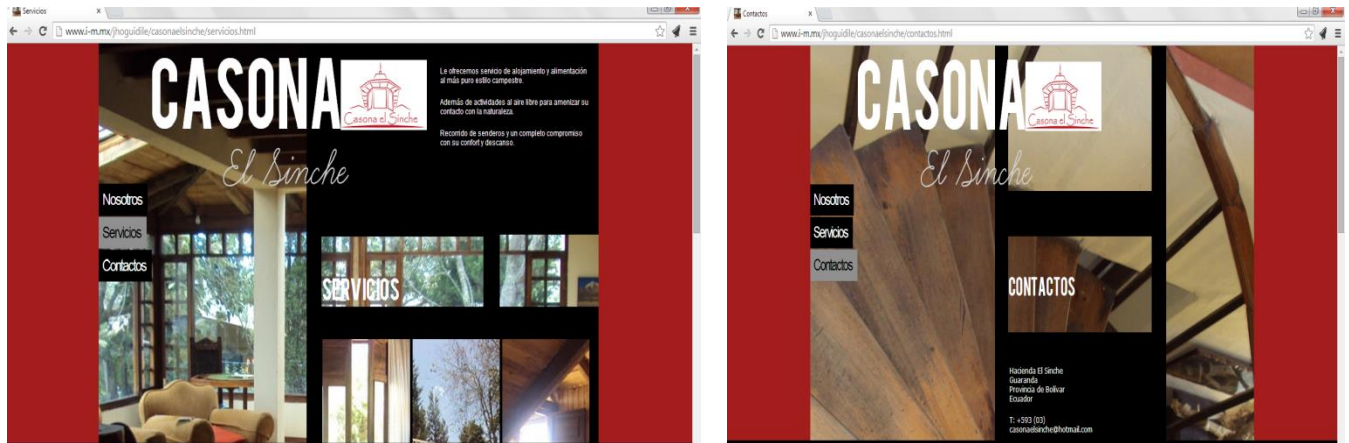
De acuerdo al análisis correspondiente se diseñó los siguientes medios publicitarios: página web, página para las redes, volantes, dípticos, posters, material pop.

a) Página web

La hostería Casona el Sinche, ofertará sus servicios a través de una página web, en la que constará todas las opciones que ofrece la hostería al cliente, una galería de imágenes de las instalaciones y áreas verdes de la misma y números de contactos con la finalidad de que puedan hacer las reservaciones.

Gráfico N°49.- Diseño de la página web





b) Páginas en redes sociales

Se creará un perfil en la página de facebook de la Casona el Sinche, con el propósito de que la hostería sea conocida a través de estas redes sociales, ya que son de uso masivo. La misma constará principalmente con imágenes y el link de la página web oficial de la hostería.

Gráfico N°50.- Página en facebook



c) Volantes

Los volantes se utilizarán principalmente para promocionar la hostería en agencias de viajes, operadores, hoteles y restaurantes.

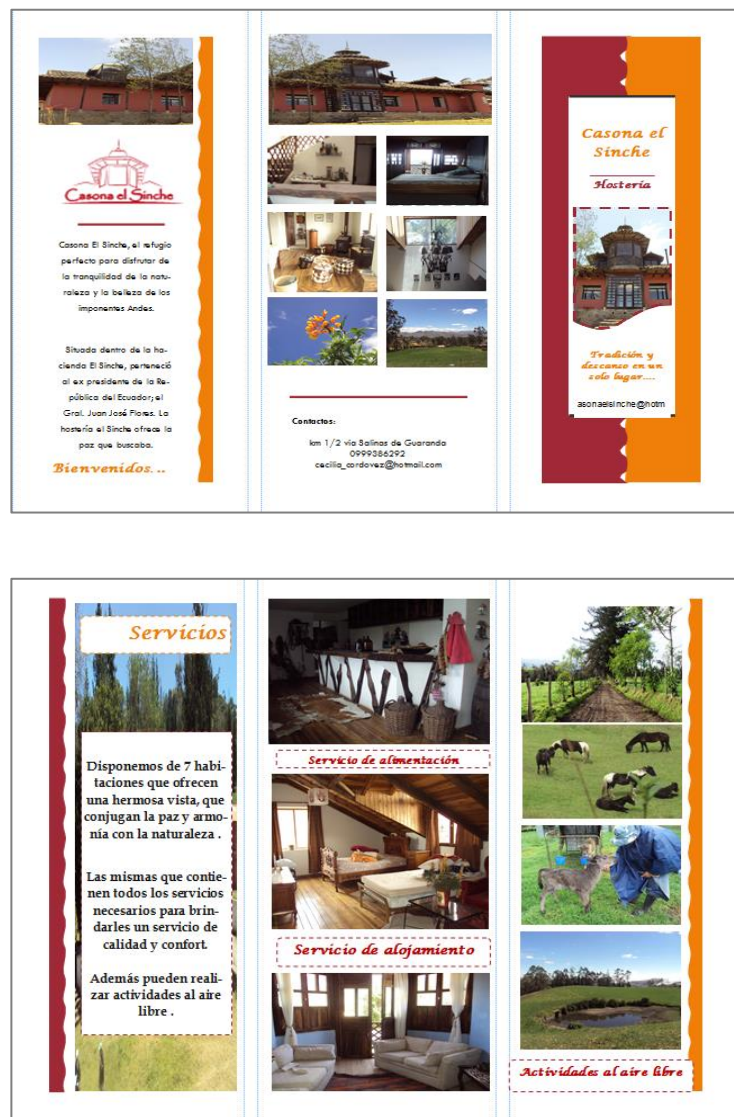
Gráfico N°51.- Diseño de los volantes.



d) Trípticos

Los trípticos servirán como material de información, serán colocados en la recepción de la hostería y en el área de souvenirs.

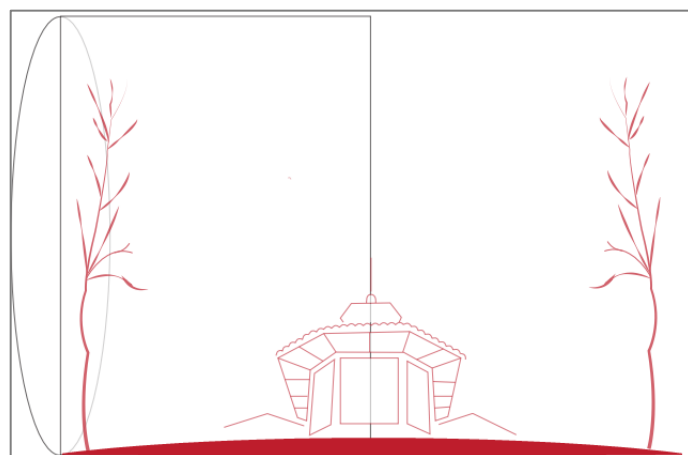
Gráfico N° 52.- Diseño de los Trípticos



e) Dípticos

Los dípticos serán utilizados como cartas para la presentación de los menús que se ofertarán en el área del restaurante.

Gráfico N° 53.- Diseño de los dípticos



f) Material pop

El objetivo de diseñar material POP, es promocionar la hostería con artículos que contengan el sello de la misma y el visitante pueda adquirirlos como un recuerdo de su visita.

Gráfico N° 54.- Diseño de camisetas



Gráfico N° 55.- Diseño para llaveros y pines metálicos



Gráfico N° 56.- Diseño para relojes y calendarios



2) Políticas de promoción

- a) La hostería Casona el Sinche realizará descuentos especiales a grupos de más de 5 personas.
- b) Se determinará promociones especiales en los meses de temporada baja, fines de semanas y feriados.
- c) En el área de souvenirs se obsequiarán, cualquier artículo de material pop, por una compra mayor a \$25.
- d) Si el cliente se encuentra de aniversario o cumpleaños se obsequiará un recuerdo o souvenirs.

c. Requerimientos para el área comercial

1) Activos fijos

Cuadro N° 67.- Activos fijos para el área comercial

Activo	Unidades	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<u>Equipos</u>				
Teléfono	u	1	54,99	54,99
Fax	u	1	115,00	115,00
Calculadora/sumadora	u	1	25,00	25,00
Perforadora	u	2	6,00	12,00
Grapadora	u	2	6,00	12,00

Lcd Hd	u	1	700,00	700,00
Terminales electrónicas P.O.S	u	1	600,00	600,00
Subtotal				1518,99
<u>Equipos de computación</u>				
Computadora	u	1	900,00	900,00
Impresora	u	1	349,99	349,99
Subtotal				1249,99
<u>Muebles y enseres</u>				
Counter de recepción	u	1	400,00	400,00
Silla giratoria	u	1	47,99	47,99
Sillas	u	2	23,00	46,00
Sillón de tres puesto	u	1	230,00	230,00
Sillón compuesto	u	1	747,00	747,00
Archivador	u	1	95,00	95,00
Comedor/bar				
Mesas de madera juego	U	4	200,00	800,00
Taburetes de madera	U	3	35,00	105,00
Mesa	u	1	100,00	100,00
Sillas	u	2	35,00	70,00
Área de souvenirs				
Estanterías de madera	u	3	199,99	599,97
Escritorio	u	1	100,00	100,00
Silla	u	1	35,00	35,00
Subtotal				3375,96
<u>Menaje</u>				
Comedor/bar				
Mantelería	u	12	25,00	300,00
Vasos de cristal	u	36	0,72	27,00

Vajilla (20 piezas)	u	3	23,00	69,00
Salero	u	2	1,69	3,38
Azucarero	u	2	5,87	11,74
Ajicero	u	2	3,64	7,28
Juego de cubiertos (24 piezas)	u	2	15,00	30,00
Jarras	u	4	1,80	7,20
Servilletero	u	2	1,52	3,04
Alfombra	u	1	40,00	40,00
Cenicero	u	4	15,00	60,00
Subtotal				1147,63
Total				9512,57

Fuente: Investigación primaria

2) Inversiones diferidas

Cuadro N° 68.- Inversiones diferidas para el área comercial

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Adecuaciones de oficina	13,2 m2	100,00	1320,00
Adecuaciones para el área de souvenirs	9,00 m2	100,00	900,00
Publicidad y promoción			
Trípticos	1500	1,00	1500
Dípticos	24	0,75	18,00
Volantes	1500	0,50	750,00
Carpetas	750	0,25	187,50

Sobres	500	0,30	150,00
Hojas membretadas	500	0,20	100,00
Tarjetas de presentación	1500	1,00	1500
Diseño de la página web	1	1000	1000
Fiesta de inauguración	1	1000	1000
Total			8425,50

Fuente: Investigación primaria

3) Insumos y materiales

Cuadro N° 69.- Materiales para el área comercial

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
<u>Materiales e insumos</u>			
Resma de papel para impresiones	5	5,00	10,00
Recarga de cartuchos	2	10,00	20,00
Esferos	4	1,40	5,60
Grapas	2 cajas	2,00	4,00
Clips	2 cajas	2,50	5,00
Facturero	2	5,00	10,00
Merendero (Anexo N° 8)			
<u>Madera</u>			
- Columnas	19,20	2,80	53,77
- Vigas	m.(0,15x0,15)	2,80	46,50
- Cumbreras	16,60 m	2,80	25,76
- Correas	(0,15x0,15)	1,00	43,20

- Rejas	9,20 m (0,15 x	2,00	25,20
- Bancas	0,15)	4,50	36,00
- Mesa	43,20 m (0,10 x 0,5) 12,60 m 8 m (0,5 x 0,10) 1 m2	10,00	10,00
Plástico	20 m2	1,00	20,00
Paja	20 m2 (28 cargas)	10,00	280,00
Pintura (café)	2 gls.	5,50	11,00
Tornillos	70 u (6 pulgadas)	2,00	140,00
Clavos	4 lb. (2,5 pulgadas)	2,40	9,60
Piedra	1,80 m3	50,00	90,00
Hormigón	0,5 m3	120,00	60,00
Faroles	4 u	20,00	80,00
Sistema de señalética (Anexo N°9)			
<u>Madera</u>			
- Tiras	2 (5 x 4)	2,00	4,00
- Tablas	4 (20 x 2,20)	3,50	14,00
- Tabla (poste)	3 (1,50 x 10)	3,50	10,50
-Tabla (letreros)	37 (20 x 2,20)	3,50	129,50
Galón de brea	1	14,00	14,00
Galón de gasolina	2	3	6,00
Clavos	1 lb (1/2)	3,00	3,00
Cola blanca	2 lt.	2,00	4,00
Imágenes impresas grande	1	13,00	13,00

Imágenes impresas mediana/pequeñas	11	13,00	143,00
Total			1326,63

Fuente: Investigación primaria

Cuadro N° 70.- Insumos para el área de souvenirs

Ítem	Cantidad	Valor unitario USD	Valor anual
Quesos elaborados en la hacienda	300 u	5,80	1 740,00
Manjar de leche	200 u	1,00	200,00
Chocolates	1500 u	0,40	600,00
Turrones	1500 u	1,00	1 500
Artesanías de lana	552 u	4,00	2 208,00
Total			4748,00

Fuente: Investigación primaria

4) Gastos

Cuadro N° 71.- Gastos del área comercial

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Publicidad y promoción			
Volantes	125	25,00	300,00
Carpetas	200	10,00	120,00
Sobres	200	15,00	180,00
Hojas membretadas	250	20,00	240,00
Tarjetas de presentación	200	30,00	360,00
Mantenimiento de la página web	1	200	200
Total			1400,00

Fuente: Investigación primaria

a) **Talento humano y remuneración económica para el área comercial**

Cuadro N° 72.- Talento humano y remuneración económica para el área comercial

N°	Cargo	Remuneración económica mensual	Remuneración económica anual
1	Ing. Marketing y publicidad	733,50	9875,50
Merendero			
	<u>Instalación (por 5 días)</u>		
1	- Carpintero	30, 00	150,00
1	- Peón	24, 00	120,00
	<u>Mantenimiento (1/vez año)</u>		
1	- Peón	24, 00	24,00
Sistema de señalética			
	<u>Elaboración + letreado</u>		
1	- Carpintero	30,00	600
	<u>Instalación (por 6 días)</u>		
1	- Peón	24,00	144
Total			10913,50

Fuente: Investigación secundaria/Ministerio de Relaciones Laborales.

D. VIABILIDAD AMBIENTAL

Para realizar el estudio ambiental se aplicó la matriz de Lázaro Lagos, con la finalidad de determinar los componentes ambientales y actividades susceptibles a soportar algún cambio o impacto, siendo los siguientes:

1. Descripción de componentes ambientales susceptibles a recibir impactos

a. Aire

Es uno de los factores más susceptibles a sufrir impactos por las actividades turísticas realizadas en un determinado lugar, al ser un elemento vital para el ser humano, se debe hacer un estudio responsable del mismo.

b. Suelo

La sobreutilización de determinados senderos, pueden causar impactos negativos como compactación, erosión, contaminación por desechos sólidos, entre otros. El traslado por los senderos definidos causa un impacto positivo al suelo, puesto que al monopolizar solo la superficie de terreno diseñada para el efecto, se evita crear huellas en otros sectores susceptibles a impactos ambientales más graves.

c. Agua

El agua es uno de los recursos naturales más importantes para el desarrollo de los seres vivos la que se verá afectada en su calidad y cantidad al momento de iniciar una actividad turística, debido al incremento de visitantes en la hostería.

d. Flora y fauna

La presencia de turistas en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos tanto en flora como en fauna.

En flora la recolección de especies aledañas a los senderos, siendo estas las más llamativas produce un desequilibrio ecológico, el pisoteo de vegetación herbácea y arbustiva, disminución de la diversidad de especies.

Por otro lado la fauna se verá afectada debido a la alteración de su habitat y cambios en el comportamiento de las especies.

e. Socioeconómicos

La presencia de los turistas y la interrelación con la gente de la localidad, contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local. El presente proyecto también contribuirá al incremento de ingresos económicos y a la vez dinamizar la economía local.

f. Paisaje

El paisaje a ser un conjunto de elementos naturales, se verá afectado de manera negativa principalmente por la presencia de basura provocando contaminación visual.

2. Identificación de las actividades que pueden causar impacto

a. Implementación de señalética interpretativa-orientativa

La señalética es una herramienta útil e importante para la atención y educación de los visitantes, lejos de comunicar información literal, lo que busca es transmitir ideas y relaciones a partir de un acercamiento directo entre los visitantes y los recursos que se interpretan, desde este punto de vista esta actividad provocará un impacto positivo dentro de la hostería.

b. Alojamiento

El hospedaje es una actividad turística que genera ingresos económicos directamente para los propietarios, e indirectamente para las familias del sector; constituyéndose un efecto positivo, puesto que al momento de su ejecución, se requerirá personal, para lo cual se considerará principalmente mano de obra de la localidad.

Así como se determinan impactos positivos, se debe considerar los impactos negativos que generaría el desarrollo de esta actividad como: el incremento de basura, uso excesivo de los recursos, etc.

c. Alimentación

El servicio de alimentación, como toda actividad, provoca impactos tanto positivos como negativos; entre los impactos positivos se detallan los siguientes:

- ❖ La creación de fuentes de empleo, mejorando así el nivel de vida de la gente de la localidad.
- ❖ Valoración del conocimiento de la gente, fusionando técnicas tradicionales con las técnicas modernas al momento de preparar y servir un plato.
- ❖ También contribuye a la reactivación económica del sector, puesto que se dará prioridad a los productores locales para la adquisición de productos agrícolas y otras materias primas para el proceso de elaboración de los platos.

Por otra parte puede provocar impactos negativos en menor porcentaje, por el aumento de sólidos en suspensión y mal manejo de los desechos.

d. Interpretación ambiental

La interpretación ambiental principalmente genera un impacto positivo, puesto que esta actividad es una herramienta que tiene como finalidad llegar con un mensaje ambiental a las personas.

A través de la interpretación se puede conocer el sitio que es visitado y al mismo tiempo las personas aprenden y se hacen conscientes de la importancia de la conservación y estudio de los recursos naturales y culturales de la zona, provocando así un impacto positivo.

e. Caminatas y cabalgatas

Estas actividades causan efectos positivos, básicamente por la necesidad de contar con personal adecuado para realizar las cabalgatas, generando así empleo; por otra parte pueden causar efectos negativos, directamente en la composición del suelo, puesto que el traslado de las personas y el paso de los animales por los senderos con el tiempo lo compactan, lo erosionan e incluso pueden provocar cambios irreversibles en la constitución del mismo.

f. Camping

El camping provoca impactos positivos, ya que propone una nueva alternativa para pernoctar, diferente a la tradicional, generando así ingresos económicos. Por otra parte al ser una actividad al aire libre generará impactos negativos como:

- ❖ Contaminación del suelo por mal manejo de desechos.
- ❖ Contaminación del aire, al momento de hacer una fogata.
- ❖ Mal uso de los recursos naturales presentes en la zona.

De tal manera que es importante delimitar una zona específica para realizar esta actividad, con la finalidad de que el impacto negativo que pueda provocar esta actividad sea en menor escala.

g. Ciclismo

El ciclismo es una de las actividades que provoca efectos positivos, ya que el uso de la bicicleta, que es la principal herramienta para esta actividad, no elimina CO₂; de tal manera que impide la contaminación del aire, y a la vez puede ser utilizada como transporte alternativo para evitar el uso del vehículo de apoyo.

También se debe considerar los efectos negativos principalmente al suelo debido que el traslado constante sobre el sendero puede provocar compactación del mismo, contaminación visual, perturbación de las especies de flora y fauna que se encuentre durante el trayecto, etc.

h. Pesca deportiva

La pesca deportiva como actividad complementaria de la hacienda, causa efectos positivos como aumentar los ingresos económicos, directamente para el propietario, puesto que los turistas pueden visitar la hostería para realizar esta actividad específicamente, pagando un costo adicional.

Los efectos negativos están relacionados directamente con la contaminación de la zona, principalmente por la presencia de basura y mal manejo de los desechos sólidos.

i. Manejo de desechos

El manejo de los desechos se propone como una actividad clave para mitigar los efectos negativos provocados por los mismos, puesto que se le dará un uso adecuado a los desechos, de acuerdo a su origen; en el caso de los desechos orgánicos se puede utilizar como abono, con la finalidad de evitar el uso de abonos químicos, mejorando la fertilidad del suelo y a la vez impidiendo la contaminación del aire.

En el caso de los desechos inorgánicos de acuerdo a su composición se puede aplicar la metodología de las tres R's, que se basa principalmente en reducir, reciclar y reutilizar, con la finalidad de darle un nuevo uso al desecho.

3. Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos

Cuadro N° 73.- Matriz de evaluación de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Implementación de señalética	2. Hospedaje	3. Alimentación	4. Interpretación Ambiental	5. Caminatas / Senderismo	6.. Camping	7. Cabalgatas	8. Ciclismo	9. Pesca deportiva	10. Manejo de desechos		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE		X	X		X	X	X			X	Emisión de gases contaminantes	-	1	2	I	Pr	1	1	C	S	4
				X						X	Mejoramiento de la calidad.	+	1	2	I	Sc	1	3	C	S	6
B. SUELO	X	X	X		X	X	X	X			Compactación	-	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6
		X	X		X	X	X	X	X		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	-	1	1	D	Sc	2	1	C	S	4
			X		X	X	X	X	X		Erosión	-	1	2	D	Pr	2	2	L	S	6
				X						X	Recuperación	+	1	2	D	Pr	2	1	M	S	5
C. AGUA		X	X	X		X			X		Deterioro de la calidad del agua.	-	1	2	I	Pr	2	3	C	S	7

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Implementación de señalética	2. Hospedaje	3. Alimentación	4. Interpretación Ambiental	5. Caminatas / Senderismo	6. Camping	7. Cabalgatas	8. Ciclismo	9. Pesca deportiva	10. Manejo de desechos		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
		X	X			X			X		Aumento de consumo	-	1	2	D	Pr	2	1	C	S	5
				X						X	Mejoramiento de la calidad	+	1	2	I	Sc	1	1	M	S	4
D. FLORA Y FAUNA	X	X	X		X	X	X	X	X		Perturbación de las especies por ruido	-	1	2	D	Pr	1	1	C	S	4
			X		X	X	X		X		Sobre estimulación a las especies	-	1	1	D	Pr	1	1	C	S	3
	X	X	X		X	X					Deterioro de la flora	-	1	1	D	Pr	1	1	C	S	3
				X						X	Cuidado a especies de la zona	+	1	2	D	Sc	1	1	C	S	4
E. SOCIO-ECONÓMICO		X	X	X		X	X	X	X		Aumento de turismo en la zona	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Generación de fuentes de trabajo	+	1	2	D	Pr	2	1	C	S	5
		X	X	X	X	X	X	X	X		Intercambio cultural	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6
	X	X	X		X	X	X	X	X		Dinamización de la economía local	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Implementación de señalética	2. Hospedaje	3. Alimentación	4. Interpretación Ambiental	5. Caminatas / Senderismo	6. Camping	7. Cabalgatas	8. Ciclismo	9. Pesca deportiva	10. Manejo de desechos		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
		X	X	X	X	X	X	X	X		Recreación y esparcimiento	+	1	2	D	Pr	2	2	C	S	6
F. PAISAJE	X	X	X		X	X	X	X	X		Generación de basura	-	1	2	D	Pr	1	1	C	S	4
				X						X	Eliminación de basura	+	1	2	D	Sc	2	1	C	S	5
	X										Ruptura escénica	-	1	2	I	Pr	2	1	C	S	5

Fuente: Información primaria

Cuadro N° 74.- Matriz de cuantificación de la matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A		-4	-4	+6	-4	-4	-4			-4, +6	12	24	36
B	-6	-6, -4	-6, -4, -6	+5	-6, -4, -6	-6, -4, -6	-6, -4, -6	-6, -4, -6	-4, -6	+5	10	106	116
C		-7, -5	-7, -5	-7, +4		-7, -5			-7, -5	+4	8	55	63
D	-4, -3	-4, -3	-4, -3, -3	+4	-4, -3, -3	-4, -3, -3	-4, -3	-4	-4, -3	+4	8	62	70
E	+5, +6	+6, +5, +3, +6, +6	+6, +5, +3, +6, +6	+6, +5, +3, +6	+5, +3, +6, +6	+6, +5+3, +6, +6	+6, +5, +3, +6, +6	+6, +5, +3, +6, +6	+6, +5, +3, +6, +6	+5, +3	215		215
F	-4, -5,	-4	-4	+5	-4	-4	-4	-4	-4	+5	10	37	47
TOTAL (+)	11	26	26	44	20	26	26	26	26	32	263		
TOTAL (-)	22	37	43	7	34	46	31	24	33	4		281	
TOTAL	33	63	69	51	54	72	57	50	59	36			544

Fuente: Información primaria

1) Análisis de la matriz

De acuerdo a la evaluación de las actividades turísticas que se pretenden realizar en el proyecto, se pudo identificar que los impactos negativos son mayores que los impactos positivos, de tal manera que se propone encontrar medidas adecuadas para lograr mitigar los negativos y potencializar los positivos.

En términos generales, los resultados obtenidos de la matriz son negativos arrojando un valor de 281, frente a la variable positiva con un valor de 263. Valores que deben disminuir en el caso de los impactos negativos, mediante la implementación de las medidas propuestas para cada componente.

En cuanto a las actividades, de acuerdo a la matriz se identificó que la interpretación ambiental es la acción más beneficiosa del proyecto con un valor de 44, debido que se utilizará como principal herramienta a corto y mediano plazo con la finalidad de que se pueda transmitir el valor que posee cada elemento y recurso que forma parte del ambiente.

El camping es una de las actividades que generan mayor impacto negativo con un valor de 46, debido a que es una actividad que requiere desarrollarse al aire libre está sujeto a provocar alteraciones en el ambiente, sin embargo, al definir una zona específica para que los visitantes puedan acampar, se podrá evitar el uso desordenado de las zonas verdes que presenta la hacienda.

Con respecto a los componentes ambientales, el componente socio-económico representa al mayor con un valor de 215, debido a que los impactos generados son positivos, puesto que se crean fuentes de trabajo.

El aumento de turismo en la zona beneficiará no solo a los involucrados directamente con el proyecto, sino a todas aquellas personas que brinden servicios complementarios al mismo, sin embargo, el intercambio cultural con el turista puede causar erosión cultural, es por ello que el encuentro entre el turista y la gente local debe enmarcarse dentro del respeto mutuo y la cultura de cada uno.

El suelo es el componente ambiental que muestra mayor afectación, debido a que presenta un valor negativo de 106, puesto que las actividades que se pretenden realizar dentro de la hostería, como caminatas, cabalgatas, ciclismo, entre otras, afectan directamente a la composición natural del mismo provocando compactación, erosión y en muchos de los casos dejando un suelo infértil, es por esto que la señalética y la interpretación ambiental son una de las actividades para mitigar este grave impacto ambiental, otras de las medidas es definir los senderos específicos para cada actividad, con la finalidad de que se evite crear huellas en otros sectores susceptibles a impactos ambientales, y por ultimo dar el mantenimiento periódico a cada sendero.

4. Matriz de estrategias ambientales

Cuadro N° 75.- Matriz de estrategias ambientales para la hostería Casona El Sinche

Componente	Medida propuesta	Efecto esperado	Ejecución		Observaciones
			Momento	Frecuencia	
A. Aire	Reforestación	Compensación del oxígeno.	Pre-operativa	Una vez al año	Reforestar con especies nativas.
	Uso del estiércol del caballo como abono.	Disminución del metano	Operativa	Permanente	Combinar con otros elementos para preparar abono orgánico.
B. Suelo	Reforestar zonas aledañas a los senderos.	Evitar la pérdida de cobertura vegetal por el tránsito de turistas. Evitar la erosión.	Operativa	Una vez al año durante toda la vida útil del proyecto.	Reforestar con especies nativas.
	Mantenimiento del sendero.	Disminución del anegamiento y suelos más fuertes.	Operativa	Temporada de invierno	Específicamente en los meses de Enero a Abril.
	Diseño e implementación de	Evitar contaminación visual.	Pre operativa	Previo a la apertura de los	Se sugiere además en sitios estratégicos

	contenedores de basura			senderos.	
	Reutilización de desechos.	Optimización de recursos	Operativa	Temporada alta de visitación	Se puede realizar talleres con los huéspedes.
	Colocar trampas de grasa y residuos en coladeras.	Atenuar el impacto negativo.	Pre operativa	Todo el año	Mantenimiento preventivo
C. Agua	Implementar una cartilla ecológica.	Crear conciencia ambiental en el visitante.	Operativa	Todo el año	
	Implementar inodoros con un sistema de descarga de tres y seis litros de agua.	Disminución del consumo de agua.	Operativa	Previo a la ejecución del proyecto	
D. Flora y fauna	Delimitar las zonas de anidación.	Evitar la perturbación de especies.	Pre operativo.	Previo a la ejecución del proyecto.	
	Adquisición de más especies domésticas	Evitar la explotación de un solo individuo	Pre operativo	Previo a la ejecución del proyecto.	
	Realizar recorridos periódicos con el	Evitar que las personas sustraigan especies de	Operativa	Una vez cada seis meses.	En temporada alta controlar con mayor

	personal de la hacienda.	flora.			frecuencia.
E. Socio-económico	Contratación de personal de la zona.	Integrar a sectores productivos de la zona.	Pre operativo -Operativa	Durante toda la vida útil del proyecto.	
F. Paisaje	Implementación de señalética elaborados con materiales de la zona	Evitar el impacto visual negativo.	Pre operativo	Previo a la ejecución del proyecto.	

E. VIABILIDAD ADMINISTRATIVO –LEGAL

1. Estudio legal -administrativo

a. Tipo de organización

La hostería Casona el Sinche se constituirá como una empresa privada, de tipo microempresa civil de sociedad anónima. De acuerdo al siguiente análisis, se determinará el fundamento legal al cual estará enfocado el proyecto:

b. Análisis de la ley de economía popular y solidaria

Cuadro N° 76.- Análisis legal para el proyecto

Ley	Análisis	Ventaja	Desventaja
Considerando la Constitución Política vigente, aprobada el 28 de septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos: • Art. 66 (numerales 13-15)	Se considerará a las leyes contemplada en la constitución, puesto que la misma proporciona el marco legal para la organización del Estado ecuatoriano, y para la relación	-De acuerdo a los artículos mencionados, es posible constituir una empresa, ya sea de forma individual o colectiva.	-Al no cumplir con los reglamentos se puede incurrir en desacatos a las ordenanzas y normas lo cual puede provocar que exista

<ul style="list-style-type: none"> • Art. 83 (numeral 6) • Art. 319 • Art. 320 	<p>entre el gobierno con la ciudadanía ecuatoriana.</p> <p>La supremacía de esta constitución la convierte en el texto principal dentro de la política ecuatoriana, y está por sobre cualquier otra norma jurídica.</p>	<p>-Se establecen lineamientos en donde se especifica el derecho de toda persona natural a realizar actividades que generan réditos económicos.</p> <p>-Existe un grado elevado de consideración hacia la naturaleza, el ambiente y la utilización adecuada de los recursos.</p>	<p>algún tipo de sanción por desconocimiento de la ley.</p>
<p>De acuerdo a las leyes establecidas en la Ley de turismo, según los artículos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Art 5. • Art. 8 • Art. 9 • Art. 10 	<p>Al ser el proyecto un emprendimiento turístico, directamente debe basarse en los lineamientos propuesto por la Ley de turismo, puesto que esta ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá el sector turístico del Ecuador.</p>	<p>-Propone conceptos adecuados sobre las actividades que se consideran de carácter turístico.</p> <p>-Especifica los requisitos para el registro,</p>	<p>-Inexistencia de una ley que contemple la categorización de las hosterías.</p>

		calificación, promoción y sanción de los actores turísticos.	
<p>En el Decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Art. 43 • Art. 45 • Art. 47 • Art 48 • Art. 55 • Art. 56 • Art. 58 • Art. 60 	<p>El reglamento general de la aplicación de la Ley de turismo es una herramienta jurídica que sirve de apoyo para la correcta aplicación de cada una de las leyes y lineamientos contemplados en la Ley de turismo, siendo esta la norma jurídica de mayor importancia para el sector turístico.</p>	<p>-Contemplan lineamientos y conceptos específicamente relacionados con el sector turístico.</p> <p>-Especifican los requisitos y procesos que se deben realizar previo a la obtención del registro único de turismo, para la licencia única de funcionamiento, etc.</p> <p>-Determinan los requerimientos básicos en cuanto a los servicios con los que deben contar específicamente una</p>	<p>-Ley obsoleta para la categorización de las hosterías.</p> <p>-El Ecuador actualmente pretende consolidarse como potencia turística, de tal manera que sería menester actualizar los reglamentos y las leyes para una mejor atención turística, tanto por los prestadores y consumidores de servicios.</p>
<p>Reglamento general de Actividades Turísticas Considerando el Reglamento general de Actividades</p>			

Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002; se ha tomado como referencia los siguientes artículos:		hostería.	
--	--	-----------	--

Fuente: Investigación primaria/secundaria

Después de haber realizado el análisis respectivo a la parte legal, se ha establecido que el proyecto sobre la hostería Casona El Sinche, estará alineado en las leyes y lineamientos basados en la Constitución del Ecuador, específicamente para la formación de la empresa como tal; y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística en si, se tomará en cuentas las leyes establecidas principalmente en la Ley de Turismo, con la finalidad de que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de complicación al momento de ejecutar la actividad.

c. Requisitos para la creación

Cuadro N° 77.- Requisitos para la creación de la empresa

Requisitos	Inversión
De constitución	
Estatuto de constitución	20,00
Escritura	150,00
Registro de nombramiento legal	100,00
Apertura de la cuenta en el Banco Nacional de Fomento	200,00
Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	80,00
Inscripción en la Superintendencia de Compañías	15,00
Total	745,00

Fuente: Investigación secundaria

d. Requisitos para el funcionamiento

Cuadro N° 78.- Requisitos para el funcionamiento de la empresa

Requisitos	Inversión
De permisos, patentes y licencias	
Registro en el MINTUR	20,00
Permiso sanitario	30,00
LUAF	10,00
Otras instituciones	5,00
Total	65,00

Fuente: Investigación secundaria

e. Requerimientos para el área administrativa

1) Inversión en activos fijos

Cuadro N° 79.- Activos fijos para el área administrativa

Activo	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Muebles y enseres				
Sillas	U	3	23,00	69,00
Silla giratoria	U	1	47,99	47,99
Escritorio	U	1	100,00	100,00
Subtotal				216,99
Equipos de oficina				
Teléfono	U	1	54,99	54,99
Calculadora	U	1	10,00	10,00
Computadora	U	1	900,00	900,00
Subtotal				964,99
Total				1181,98

Fuente: Investigación primaria

2) Materiales e insumos

Cuadro N° 80.- Materiales e insumos para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Carpetas de cartón	5	1,50	18,00
Archivadores	2	5,50	66,00
Papel bond	2 resmas	5,00	60,00
Lápices	2	0,50	6,00
Esferos	2	0, 70	8,40
Corrector	1	1,00	4,00
Papal de notas	1	1,20	7,20
Total			169,60

Fuente: Investigación primaria

3) Talento humano y remuneración económica

Cuadro N° 81.- Talento humano y remuneración económica para el área administrativa

N°	Cargo	Remuneración económica mensual	Remuneración económica mensual
1	Gerente/ Administrativo	733,50	9875,50
2	Recepcionistas polivalentes	1389,80	18747,00
1	Contador	663,50	8966,00
Total			37588,50

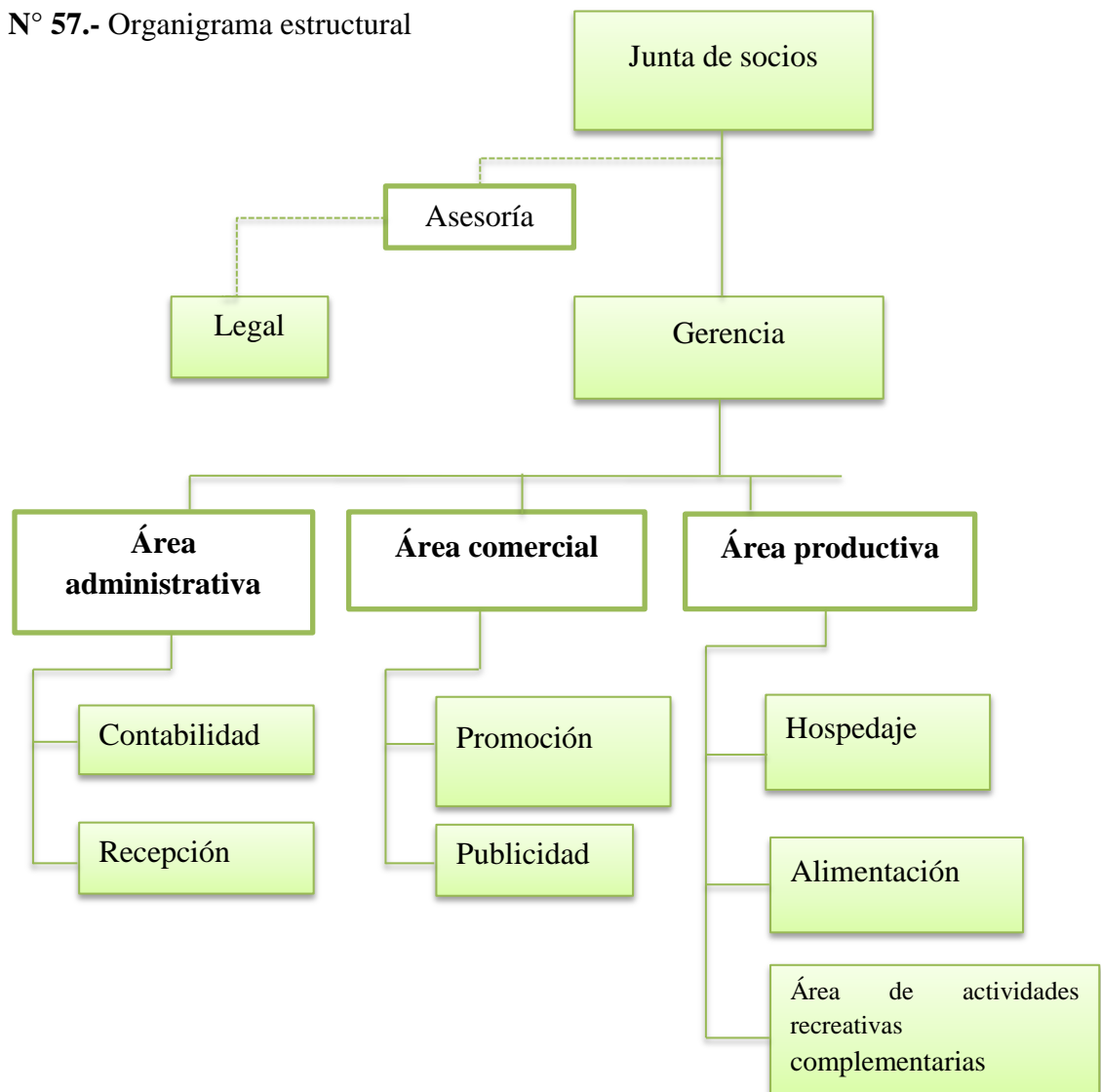
Fuente: Investigación secundaria/Ministerio de Relaciones Laborales

2. Estructura organizacional

1) Organigrama estructural de la Hostería Casona el Sinche

De acuerdo con los requerimientos que presenta el proyecto, se establecieron tres áreas específicas que en conjunto deben coordinar las actividades para que exista un correcto desarrollo operativo; por lo tanto el organigrama estructural para la Hostería el Sinche es el siguiente:

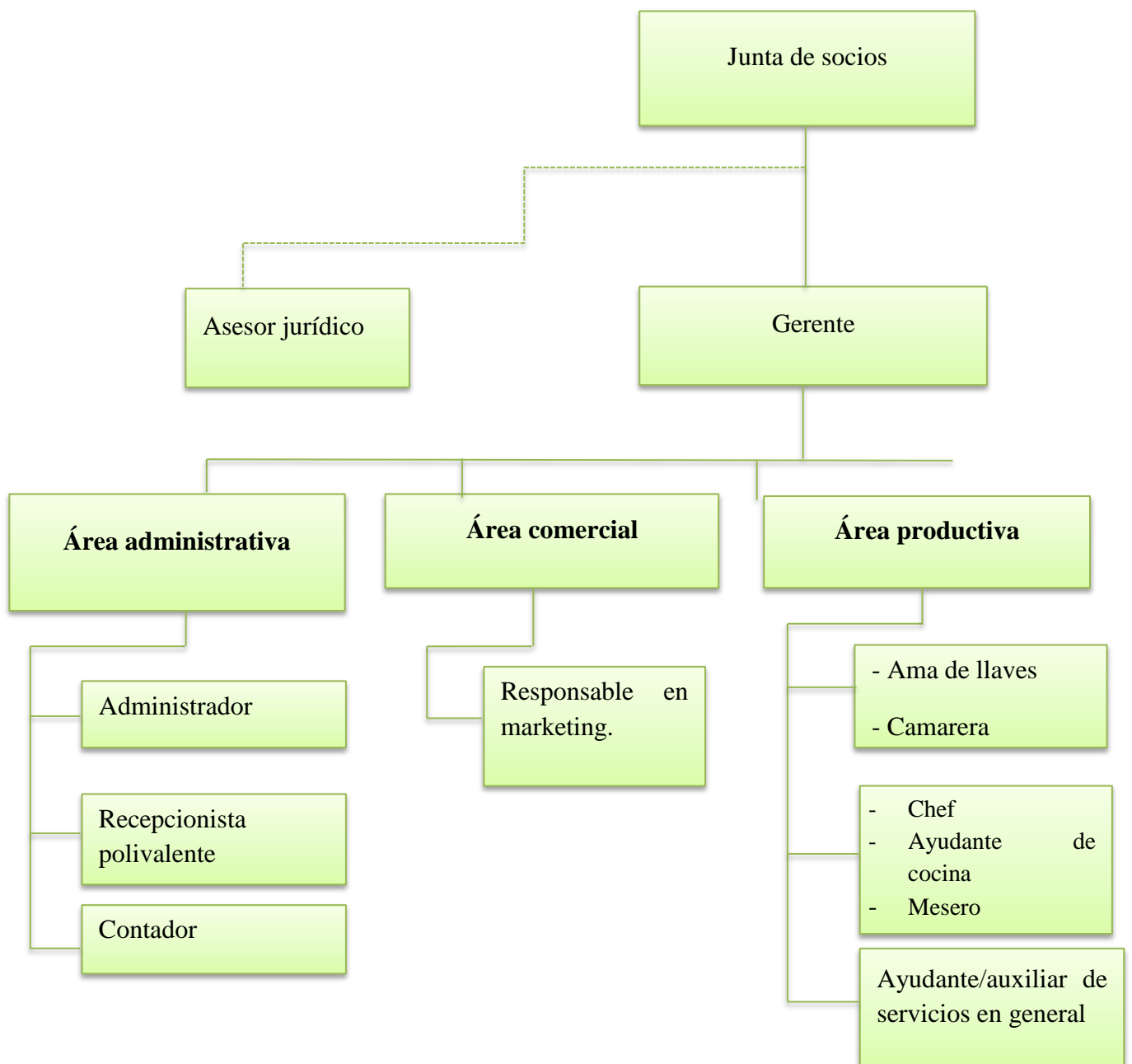
Gráfico N° 57.- Organigrama estructural



2) Organigrama funcional de la Hostería Casona el Sinche

De acuerdo a los niveles establecidos en la estructura organizativa se definió el personal necesario que operará en cada área, obteniendo el siguiente organigrama funcional:

Gráfico N° 58.- Organigrama funcional



3. Manual de cargos y funciones

La elaboración del manual de funciones para la Hostería el Sinche, tiene como propósito definir los perfiles, cargos, funciones y responsabilidades para el personal que elaborará en cada área de trabajo que componen la estructura organizativa, con la finalidad de que los mismos conozcan las obligaciones que debe desempeñar en su área a fin de tener un adecuado desarrollo laboral.

Para la elaboración del manual se tomaron en cuenta los lineamientos establecidos según las “Normas Técnicas Ecuatorianas”, que fueron el resultado de la sistematización y la participación de todos los actores del sector turístico con la finalidad de tener una base para determinar la competencia laboral y los resultados que se espera de cada área de trabajo; adicionalmente para determinar el salario mensual se tomó en cuenta las consideraciones establecidas por el ministerio de relaciones laborales.

1) Gerencia

Cuadro N° 82.- Perfil para el cargo de gerente

Cargo: Gerente / Administrador	
Descripción del cargo	El Administrador de Empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todo los servicios que se ofertará, cumplir con las exigencias legales y tributarias, finalmente incentivar al personal para alcanzar un desarrollo económico, competitividad y crecimiento de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificar objetivos y estrategias ❖ Establecer estrategias y acciones de mercadeo ❖ Analizar y evaluar resultados para proponer acciones

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Alcanzar objetivos esperados ❖ Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento ❖ Asegurar la satisfacción del cliente ❖ Liderar el equipo humano de trabajo
Competencia	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Procesos y procedimientos administrativos y contables. ❖ Técnicas de definición de precios, productos y servicios ❖ Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo ❖ Procesos de mejora continua ❖ Técnicas de negociación y administración de contratos ❖ Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad. ❖ Aspectos laborales legales, comerciales tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera. ❖ Técnicas de liderazgo y jefatura. ❖ Métodos de evaluación de desempeño de personal. ❖ Tipo, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento. ❖ Técnicas de mercadeo <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificación de corto y largo plazo. ❖ Toma de decisiones. ❖ Raciocinio numérico aplicado a negocios. ❖ Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita. ❖ Interpretación del lenguaje corporal.

	3. Aptitudes <ul style="list-style-type: none"> ❖ Innovador ❖ Perseverante. ❖ Atento. ❖ Detallista. ❖ Previsor.- ❖ Orientado al cambio.
Requisitos	Académicos <ul style="list-style-type: none"> ❖ Poseer un título de administrador de empresas hoteleras. ❖ Estudios relacionados con la administración de empresas. ❖ Manejar con fluidez el idioma inglés y un segundo idioma. Experiencia laboral: Tener un mínimo de 3 años de experiencia.

Fuente: Información secundaria.

2) Administración

❖ Contabilidad

Cuadro N° 83.- Perfil para el cargo de Contador

Cargo: Contador (a)	
Descripción del cargo	Responsable de la planificación, organización y coordinación de todas las labores relacionadas con el área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización. Establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se

	<p>cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados y con las políticas específicas de la empresa.</p> <p>Adicionalmente elabora y controla la labor presupuestaria y de costos.</p>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificar y coordinar todas las funciones relacionadas con el área contable y de impuestos con el fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. ❖ Coordinar la ejecución de políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad y las normas internacionales, al igual que las políticas de la Entidad y las normas fiscales vigentes. ❖ Elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica. ❖ Verificar y depurar cuentas contables. ❖ Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad. ❖ Revisar causaciones, corroborando los cálculos presentados especialmente en lo relacionado con las retenciones en la fuente. ❖ Elaborar las declaraciones de impuestos. ❖ Revisar y firmar conciliaciones bancarias y de tarjeta de crédito. ❖ Revisar y comparar gastos mensuales. ❖ Cierre contable anual y elaboración de Estados Financieros anuales. ❖ Revisar los certificados de ingresos y retenciones de empleados. ❖ Mantener en orden y actualizado el archivo de documentos contables (notas, Recibos de caja, Declaraciones, etc.).

Competencia	<p>1. Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point. ❖ Indispensable conocimiento y experiencia comprobada en labores de auditoria, legislación relacionada, sistema bancario nacional e internacional y gestión contable administrativa general. ❖ Conocimientos de manejo de personal. <p>2. Habilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tener una visión general de los objetivos y estrategias de la organización. ❖ Aplicar sus conocimientos en forma crítica. ❖ Asesorar en materia contable fiscal y financiera. ❖ Mantenerse actualizado. <p>Aptitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsabilidad. ❖ Iniciativa ❖ Analítico ❖ Buena organización ❖ Capacidad y Criterio en toma de decisiones. ❖ Buen manejo de relaciones interpersonales. ❖ Habilidad numérica. ❖ Capacidad de trabajo bajo presión ❖ Liderazgo ❖ Formador de Equipos de trabajo
Requisitos	Académicos

	❖ Título de CPA Experiencia laboral: Experiencia mínima 4 años como contador de una empresa.
--	--

Fuente: Información secundaria.

❖ Recepción

Cuadro N° 84.- Perfil para el cargo de recepcionista

Cargo: Recepcionista polivalente	
Descripción del cargo	El recepcionista que desempeñe un puesto polivalente se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped, ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Registrar el ingreso del huésped (check in). ❖ Acomodar al huésped en la habitación ❖ Controlar el acceso a las habitaciones ❖ Apoyar al huésped ❖ Apoyar a la administración ❖ Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out) ❖ Entregar la recepción al turno correspondiente. ❖ Cuidar el área de recepción. ❖ Operar los equipos de recepción. ❖ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento. ❖ Asegurar la satisfacción del cliente. ❖ Cuidar de la apariencia personal.
Competencias	<p>1. Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped. ❖ Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones. ❖ Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de la hostería. ❖ Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica. ❖ Contabilidad básica. ❖ Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación. ❖ Computación e internet. ❖ Información de eventos y atractivos turísticos locales. ❖ Técnicas de servicio al cliente. ❖ Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y aplicación del cálculo porcentual para descuentos y recargas. ❖ Lectura y escritura para anotar mensajes orales simples de forma clara y con caligrafía legible. ❖ Integración para ejecutar trabajo en equipo. ❖ Interpretación del lenguaje corporal.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Observación de rutinas administrativas, inclusive en la organización de documentos. ❖ Memoria de corto y largo plazo. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Equilibrado emocionalmente ❖ Innovador. ❖ Atento ❖ Orientado al cambio
Requisitos	<p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de secretariado ejecutivo ❖ Cursos para recepcionista. ❖ Hablar inglés principalmente. <p>Experiencia laboral: no es necesario.</p>

3) Área comercial

❖ Marketing

Cuadro N° 85.- Perfil para el área de marketing

Cargo: Responsable en Marketing	
Descripción del cargo	<p>El Ingeniero en Gestión de Marketing se desempeña profesionalmente en el área comercial de las empresas. Posee competencias y conocimientos de planificación y ejecución de estrategias y planes comerciales, como de gestión para el logro de los objetivos propuestos.</p> <p>Este ingeniero define estrategias de marketing, ventas y planes de publicidad y ventas en mercados nacionales e internacionales, genera y lidera equipos comerciales</p>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento del mercado turístico. ❖ Diseñar y controlar estrategias de marketing en la empresa. ❖ Construir marcas fuertes y competitivas. ❖ Analizar el comportamiento del consumidor. ❖ Diseñar, implementar y controlar el proceso de la investigación de mercados tanto cualitativo como cuantitativo. ❖ Investigar y lanzar nuevos productos al mercado. ❖ Identificar los puntos débiles del sistema de marketing y gestionar los correctivos necesarios. ❖ Diseñar programas de comunicación efectivos. ❖ Diseñar y evaluar campañas promocionales.

Características	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Visualizar que a través de las personas y de la tecnología existente en la empresa, se logren los objetivos esperados, sin excederse del capital que se posee para llevar a cabo las tareas. ❖ Poseer conocimientos sobre negociación individual y colectiva, ya que para los trabajadores, este es un tema de suma importancia. Sobre todo ahora que el trabajador posee más derechos laborales y el empleador más obligaciones que cumplir. ❖ Conocimientos básicos de los programas de office y otros. ❖ Amplia Visión de los Objetivos Empresariales ❖ Conocer a la Empresa en Forma Interna y Externa ❖ Constante actualización con las exigencias del mercado. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Habilidad de auto-aprendizaje. ❖ Habilidad numérica. ❖ Capacidad organizativa. ❖ Capacidad de análisis y síntesis. ❖ Capacidad de evaluación. ❖ Capacidad para razonamiento abstracto. ❖ Capacidad de presentar ideas a partir de juicio propio, objetividad de criterio y precisión de las observaciones. ❖ Debe poseer la creatividad y capacidad de generar nuevas ideas <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Socialmente responsable, ético y democrático.
------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad de liderazgo. ❖ Puntualidad, disciplina e iniciativa en el trabajo. ❖ Capacidad de adaptación al trabajo en sitios inhóspitos. ❖ Sociabilidad: capacidad de tratar bien a las personas y mantener contactos personales adecuados. ❖ Autocrítica: capacidad de reconocer las propias limitaciones. ❖ Espíritu de cooperación: con la empresa o centro y con quienes le rodean. ❖ Compromiso con la tarea: abnegación, responsabilidad. ❖ Disponibilidad: asiduidad y constancia, disciplina en la aceptación de responsabilidades.
Requisitos	<p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de tercer nivel. <p>Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia en el cargo.</p>

4) Producción

❖ Hospedaje

Cuadro N° 86.- Perfil para el cargo de ama de llaves

Cargo: Ama de llaves	
Descripción del cargo	El ama de llaves se ocupa, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificar el trabajo de su departamento. ❖ Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo. ❖ Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo. ❖ Contratar y supervisar servicios de terceros. ❖ Administrar materiales a su cargo. ❖ Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo. ❖ Operar los equipos relacionados con su actividad. ❖ Asegurar la satisfacción del huésped. ❖ Interactuar con los demás departamentos. ❖ Apoyar a la gestión del negocio.
Características	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajos y eventos especiales. ❖ Desarrollo de procesos operacionales.

- ❖ Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos.
- ❖ Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos.
- ❖ Técnica de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales.
- ❖ Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.
- ❖ Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento.
- ❖ Técnicas de servicio al cliente.
- ❖ Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo de color.
- ❖ Requisitos para trabajo en equipo.

2. Habilidades

- ❖ Capacidad de argumentar con la lógica verbalmente o por escrito.
- ❖ Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas.
- ❖ Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control.
- ❖ Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales.
- ❖ Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas.

	3. Actitudes <ul style="list-style-type: none"> ❖ Innovador. ❖ Detallista. ❖ Práctico. ❖ Controlador. ❖ Democrático. ❖ Equilibrado emocionalmente.
Requisitos	Académicos <ul style="list-style-type: none"> ❖ Bachillerato o carrera técnica determinada. ❖ Licenciatura en administración de empresas turísticas o con conocimientos de administración. Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia en el cargo.

Fuente: Información secundaria.

Cuadro N° 87.- Perfil para el cargo de camarera.

Cargo: Camarera	
Descripción del cargo	La camarera se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Limpiar, asear y ordenar las habitaciones. ❖ Adecuar la habitación para recibir al huésped. ❖ Inspeccionar el estado de una habitación. ❖ Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación. ❖ Ordenar la habitación ocupada. ❖ Efectuar controles y registros.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Operar equipos de trabajo. ❖ Brindar información del establecimiento al huésped. ❖ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento. ❖ Velar por la seguridad y privacidad del huésped. ❖ Asegurar satisfacción del cliente. ❖ Cuidar de la apariencia personal. ❖ Mantener la comunicación con los demás departamentos.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales. ❖ Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos. ❖ Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo. ❖ Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones. ❖ Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped. ❖ Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de la hostería. ❖ Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. ❖ Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tomar decisiones rápidas bajo presión. ❖ Comunicarse claramente de manera verbal. ❖ Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Práctico ❖ Detallista ❖ Tradicional ❖ Equilibrado emocionalmente. ❖ Discreto. ❖ Atento.
Requisitos	<p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de bachiller. ❖ Carrera técnica determinada. <p>Experiencia laboral: Mínimo un año de experiencia en el cargo.</p>

Fuente: Información secundaria.

❖ **Alimentación****Cuadro N° 88.-** Perfil para el cargo de chef

Cargo: Chef	
Descripción del cargo	El Chef de Cocina se ocupa, principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificar y controlar la cocina. ❖ Elaborar la programación de la cocina. ❖ Preparar platos ❖ Administrar lo existente (stock) y consumo. ❖ Administrar el equipo. ❖ Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos.
Características	1. Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> ❖ Prácticas administrativas de planificación. ❖ Elaboración de presupuestos. ❖ Análisis y control de costos y resultados. ❖ Administración de la producción. ❖ Principios básicos de gestión de procesos de producción de alimentos y bebidas. ❖ Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión. ❖ Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas. ❖ Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal. ❖ Técnicas de preparación, cocción, disposición, montaje y

presentación de platos.

- ❖ Técnicas de servicio.
- ❖ Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual.
- ❖ Maquinaria, equipos y utensilios de cocina.
- ❖ Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.
- ❖ Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.

2. Habilidades

- ❖ Leer e identificar hora, temperatura y peso.
- ❖ Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos.
- ❖ Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones.
- ❖ Memoria de corto y largo plazo.
- ❖ Comunicación clara y articulada, en forma verbal y escrita.
- ❖ Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo.
- ❖ Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo.
- ❖ Iniciativa para prevenir y solucionar problemas.
- ❖ Reflejos rápidos, coordinación motriz fina.

3. Actitudes

- ❖ Detallista.
- ❖ Confiable.
- ❖ Atento.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Equilibrado emocionalmente. ❖ Controlador.
Requisitos	<p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de bachiller. ❖ Licenciatura o tecnología en gastronomía. <p>Experiencia laboral: Experiencia mínimo de 1 año.</p>

Fuente: Información secundaria.

Cuadro N° 89.- Perfil para el cargo de mesero polivalente

Cargo: Mesero polivalente	
Descripción del cargo	El mesero polivalente se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Atender al cliente. ❖ Presentar el menú o carta. ❖ Servir al cliente. ❖ Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento. ❖ Finalizar la atención y recibir el pago. ❖ Cuidar de la seguridad de los alimentos. ❖ Cuidar del arreglo del punto de venta. ❖ Representar y vender. ❖ Operar equipos del salón y del punto de venta. ❖ Asegurar la satisfacción del cliente. ❖ Cuidar de la presentación personal. ❖ Apoyar al equipo.

Características	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tipos de servicio a la mesa y al cliente. ❖ Normas de etiqueta a la mesa y en el salón. ❖ Preparación básica de alimentos y bebidas. ❖ Procedimientos de emergencia. ❖ Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación. ❖ Operación de los equipos de comedor. ❖ Técnicas de comunicación en el servicio. ❖ Técnicas de trabajo en equipo. ❖ Técnicas de servicio. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. ❖ Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible. ❖ Comunicación oral y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados. ❖ Trabajo en equipo. ❖ Interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual. ❖ Capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Detallista. ❖ Confiable. ❖ Equilibrado emocionalmente.
Requisitos	<p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de bachiller.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Licenciatura en carrera determinada. ❖ Hablar y escribir en inglés. <p>Experiencia laboral: mínimo 1 año de experiencia.</p>
--	--

Fuente: Información secundaria.

❖ Recreación

Cuadro N° 90.- Perfil para el cargo de ayudante auxiliar de servicios generales

Cargo: Ayudante/auxiliar de servicios en general	
Descripción del cargo	<p>Es el profesional responsable de custodiar las áreas recreativas, así como de la vigilancia del acceso al hotel y de la operativa de distribución de los equipajes de los clientes.</p> <p>Se encarga de orientar el cliente en las actividades externas de la hostería.</p>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Vigila los accesos del establecimiento controlando el tránsito de personas, bienes y actividades. ❖ Gestiona el porte y la distribución de los equipajes. ❖ En ocasiones, puede recibir a los huéspedes y acompañarlos a sus habitaciones. ❖ Custodia y entrega las llaves o tarjetas de acceso a las habitaciones. ❖ Controla la consigna y la caja de seguridad del hotel. ❖ Se puede encargar de la distribución de la correspondencia y del servicio de paquetería. ❖ Controla el movimiento de vehículos y la disponibilidad de plazas.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Informa a los clientes sobre los servicios del establecimiento y realiza las reservas de algunos servicios externos ❖ Atiende algunos encargos de los clientes. ❖ Recibe las impresiones, sugerencias y reclamaciones de los clientes y las transmite a los responsables de cada departamento con el fin de mejorar la calidad en el servicio.
Características	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Formación específica en el área de atención al cliente. ❖ Cuidar la presencia física y el aseo personal. ❖ Poseer dotes de comunicación y habilidades sociales. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cumplimiento de instrucciones orales o escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple. ❖ Realizar tareas repetitivas, frecuentemente de la misma manera. ❖ Capacidad para ayudar a los huéspedes a levantar y cargar sus pertenencias. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Práctico. ❖ Equilibrado. ❖ Atento. ❖ Activo. ❖ Amable.
Requisitos	Académicos

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de bachiller. ❖ Licenciatura en carreras determinadas. ❖ Hablar y escribir en inglés. <p>Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia.</p>
--	--

Fuente: Información secundaria.

4. Reglamento para empleados y visitantes

La elaboración del reglamento interno para hostería tiene la finalidad de determinar las normas a las que estarán sujetos tanto empleados como visitantes, al momento de ingresar a la hostería de tal manera que no existe ningún inconveniente o desacuerdos.

a. Reglamento para empleados

1) Generalidades

- ❖ Los empleados deben comunicar al gerente cualquier tipo de inconveniente que se presente en las áreas de trabajo.
- ❖ Los empleados deberán guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y buen trato hacia sus superiores, compañeros de trabajo y huéspedes.
- ❖ No es responsabilidad de la hostería la pérdida de objetos personales de los empleados, ya que es obligación de cada trabajador cuidar sus pertenencias.
- ❖ El personal está obligado a cumplir su contrato de trabajo, así como cualquier instrucción que determine la hostería.

- ❖ El personal debe caracterizarse por la puntualidad y la calidad al momento de prestar los servicios ofertados dentro de la hostería.
- ❖ Es obligación del trabajador permanecer en su área de trabajo.
- ❖ Es indispensable que el personal cuide del equipo e insumos que se les otorga para cada área, de igual manera de las instalaciones de la hostería

2) Jornada laboral

- ❖ Los empleados obligatoriamente deben llevar un registro de asistencia.
- ❖ El empleado trabajará 12 horas diarias.
- ❖ La jornada laboral será en dos turnos:
 - ❖ Diurno: 08:00 a 20:00
 - ❖ Nocturno: 20:00 a 08:00
- ❖ Todos los empleados contarán con un receso de 45 minutos para descansar y comer; dependerá de cada área el ponerse de acuerdo al momento de tomar su tiempo libre con la finalidad de que siempre exista un empleado en las mismas.
- ❖ Vacaciones y días festivos estarán sujetos a disposiciones oficiales y a cambios con previo aviso.

3) Salarios

- ❖ El pago de honorarios y nomina se hará de acuerdo a lo establecido en el contrato con cada trabajador.
- ❖ El salario se cancelará el día 30 de cada mes.
- ❖ El pago se realizará con cheque a cada empleado de manera personal.
- ❖ En caso de renuncia se le liquidara de acuerdo a lo establecido por la ley.

4) Prohibiciones y sanciones

- ❖ No se permite el consumo de bebidas alcohólicas dentro de las instalaciones de la hostería.
- ❖ No se permiten ofensas, daños o faltas de respeto a otros colaboradores y a instalaciones.
- ❖ No hacer uso personal de las áreas designadas para huéspedes.
- ❖ Los empleados serán sancionados cuando incumplan con las funciones establecidas para cada área de trabajo.
- ❖ Dependiendo de la falta el empleado podría ser sancionado así:

Amonestación verbal o por escrito.

Suspensión laboral sin goce de salario.

- ❖ Despido sin responsabilidad patronal.
- ❖ Si el empleado llega tarde debe reponer el tiempo que sea necesario para cumplir con su horario.

5) Higiene y cuidado personal

- ❖ Es obligación del trabajador portar el uniforme completo y correctamente así mismo portar siempre a la vista el gafete con su nombre
- ❖ Los empleados deben mantener su aspecto e higiene personal correctamente.
- ❖ Queda estrictamente prohibido en el personal masculino el uso de aretes, tatuajes en áreas visibles, cabello largo o peinados extravagantes; en caso del personal femenino debe tener una presentación decorosa.
- ❖ Es obligación del personal mantener limpia su área de trabajo.

6) Derechos del trabajador

- ❖ Los empleados recibirán oportunamente los instrumentos necesarios, para desempeñarse correctamente en su área de trabajo.
- ❖ Todo empleado será asegurado una vez que firme el contrato.
- ❖ Los empleados no serán explotados, cada uno desempeñará las funciones que se le otorgaron y constan dentro del contrato.
- ❖ Todo empleado tiene derecho a refutar sobre las sanciones que sean emitidas en su contra.
- ❖ Es obligación de la hostería otorgar los días de descanso y vacaciones para cada empleado.
- ❖ El empleado debe ser tratado cordialmente y con respeto.
- ❖ El empleado debe estar en constante capacitación.
- ❖ La hostería debe asignar un bono como estímulo al empleado que mejor se desempeñe en sus funciones.

b. Reglamento para visitantes

- ❖ El check in se lo hará a partir de las 11:00.
- ❖ El check out se lo hará a partir de las 13:00.

- ❖ Al momento del check in se deberá abonar el valor total de la estadía ya sea en efectivo, cheques, depósitos o transferencias bancarias.
- ❖ No se permite el acceso de personas no registradas a las habitaciones de los huéspedes.
- ❖ Es obligación del huésped entregar las llaves en recepción al momento en que dejan la hostería.
- ❖ Cualquier daño causado por los huéspedes a los objetos, bienes muebles o al inmueble de propiedad de la hostería, será su responsabilidad, debiendo abonar la reparación de los mismos.
- ❖ La hostería no se hace responsable por artículos de valor que no hayan sido dejados para su custodia.
- ❖ Si el huésped desea permanecer hospedado un tiempo adicional a lo establecido, deberá informar 24 horas antes de cumplirse su check out, y está sujeto a disponibilidad de reservas. El no cumplimiento del check out tiene un recargo adicional a su cuenta equivalente a una noche de hospedaje, y se tendrá que desocupar la habitación.
- ❖ El horario de desayunos está programado desde las 7:30am hasta las 10:00am, luego de este horario no se servirán desayunos.
- ❖ La hostería proporciona el alojamiento gratuito a un menor de 5 años en la habitación de sus padres, para un niño adicional menor de 5 años adicional se cobrará la tarifa correspondiente al 50%. Niños mayores a 5 años pagan la misma tarifa de adulto.
- ❖ El visitante debe transitar por los caminos establecidos, con la finalidad de mantener las áreas verdes en correcto estado.

- ❖ Está prohibido arrancar, pisar o dañar a las especies de flora que encuentren a lo largo de los senderos.
- ❖ Es prohibido molestar a las especies de fauna que se encuentran dentro de la hostería.
- ❖ En caso de no ser atendido adecuadamente por parte del personal que labora en la hostería, comunicarse inmediatamente con recepción.
- ❖ Para sugerencias, el visitante debe dirigirse a la recepción donde se encontrará a su disposición el libro de Actas.

F. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

1. Análisis económico

a. Inversiones del proyecto

Cuadro N° 91.- Inversiones del proyecto

Rubros	Inversión por realizar	Total inversión
Activos fijos		32675,33
Maquinaria y equipo	7397,97	
Muebles y enseres	8279,95	
Menaje	14782,43	
Equipo de computación	1249,99	
Equipo de oficina	964,99	
Activos diferidos		10235,5
Gastos inauguración	1000	
Gastos de Adecuación	2220	
Gastos de Promoción	6205,5	
Gastos de Constitución	810	
Capital de trabajo		67547,005
Insumos y materiales	8451,03	
Materia Prima	1623,5	
Mano de Obra Directa (Talento Humano)	57472	
Total		110457,835

Fuente: Investigación secundaria.

b. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N° 92.- Fuentes y usos del proyecto

Rubros	Uso de fondos	Fuentes de Financiamiento	
		Recursos Propios	Banco
Activos fijos			
Maquinaria y equipo	7.397,97	7.397,97	
Muebles y enseres	8.279,95	8.279,95	
Menaje	14.782,43	14.782,43	
Equipo de computación	1.249,99		1.249,99
Equipo de oficina	964,99	964,99	
Activos diferidos			
Gastos inauguración	1.000,00	1.000,00	
Gastos de Adecuación	2.220,00	2.220,00	
Gastos de Promoción	6.205,50		6.205,50
Gasto de constitución	810,00		810,00
Capital de trabajo			
Insumos y materiales	8.451,03		8.451,03
Materia Prima	1.623,50	1.623,50	
Mano de Obra Directa (Talento Humano)	57.472,48		57.472,48
Total	110.457,84	36.268,84	74.189,00

Fuente: Investigación secundaria.

Cuadro N° 93.- Financiamiento del proyecto

Financiamiento del proyecto	\$	%
Préstamo	74188,995	67
Aporte socios	36268,84	33
Total Financiamiento	110457,835	100
Total aporte de los socios	36268,84	

Fuente: Salida secundaria.

c. Cálculo del pago de la deuda

Entidad financiera: Corporación Financiera Nacional

Monto: \$ 75 000

Interés: 11,15%

Plazo: 4 años

Cuadro N° 94.- Pago de la deuda

Año	Interés	Capital	Total cuota
1	7573,59	15753,00	23326,58
2	5724,52	17602,06	23326,58
3	3658,42	19668,16	23326,58
4	1349,81	21976,78	23326,58
	Total	93306,34	

Fuente: Investigación secundaria.

d. Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor del bien	% Depreciación	Duración del proyecto	Años por ley	Depr. Anual	Valor salvamento	Valor depreciado
Maquinaria y equipo	7397,97	10	5	10	739,80	3698,99	3698,99
Muebles y enseres	8279,95	10	5	10	828,00	4139,98	4139,98
Menaje	14782,43	10	5	10	1478,24	7391,22	7391,22
Equipo de computación	1249,99	33	5	3	412,50		2062,48
Equipo de oficina	964,99	10	5	10	96,50	482,50	482,50
Total	31710,34				3458,53	15230,18	17775,15

Cuadro N° 95.- Depreciación de activos fijos

Fuente: Salida secundaria.

e. Amortización de activos diferidos

Cuadro N° 96.- Amortización de activos diferidos

Diferidos	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	año 5
Gastos inauguración	1000	200	200	200	200	200
Gastos de adecuación	2220	444	444	444	444	444
Gastos de promoción	6205,5	1241,1	1241,1	1241,1	1241,1	1241,1
Gasto de constitución	810	162	162	32,4	32,4	6,48
Total	10235,5	2047,1	2047,1	1917,5	1917,5	1891,58

Fuente: Investigación secundaria.

f. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Cuadro N° 97.- Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción					
Materia Prima	6494,00	6763,50	7044,19	7336,52	7640,99
Insumos	8408,63	8757,59	9121,03	9499,55	9893,78
Subtotal	14902,63	15521,09	16165,21	16836,07	17534,77
Costos de administración					
Sueldos y salarios	121871,10	126928,75	132196,29	137682,44	143396,26
Servicios básicos	2454,00	2555,84	2661,91	2772,38	2887,43
Depreciaciones	3458,53	3458,53	3458,53	3046,04	3046,04
Subtotal	127783,63	132943,12	138316,73	143500,85	149329,73
Costos financieros					
Intereses	7573,59	5724,52	3658,42	1349,81	
Subtotal	7573,59	5724,52	3658,42	1349,81	
Costos de venta					
Publicidad y promoción	1400,00	1458,10	1518,61	1581,63	1647,27
Subtotal	1400,00	1458,10	1518,61	1581,63	1647,27
Total	151659,85	155646,84	159658,98	163268,36	168511,77

Fuente: Investigación secundaria.

g. Estructura de ingresos

Cuadro N° 98.- Estructura de ingresos de los turistas nacionales

Turista nacional	Precio	Año 0	Año 1	Año	Año 3	Año4	Año 5
Hospedaje	40	76107,6	81421,2	93247,2	114210	149688	209952
Alimentación	10	2840	3040	3480	4270	5590	7840
Actividades recreativas	5	5310	5680	6505	7965	10440	14645
Área de camping	5	3980	1520	1740	2135	2795	3920
Cabalgata	10	3520	3770	4310	5290	6930	9720
Ciclismo	10	3520	3770	4310	3670	4810	6740
Pesca deportiva	5	975	1045	1195	1465	1920	2690
Caminata	10	5750	6160	7040	8640	11320	15880
Total	95	102002,6	106406,2	121827,2	147645	193493	271387

Fuente: Investigación secundaria.**Cuadro N° 99.- Estructura de ingresos de los turistas extranjeros**

Turista extranjero	Precio	Año 0	Año 1	Año	Año 3	Año4	Año 5
Hospedaje	46	3875,04	4162,08	4736,16	5812,56	7642,44	10692,24
Alimentación	11,5	149,5	161	184	230	299	414
Actividades recreativas	5,75	281,75	299	345	419,75	552	776,25
Área de camping	5,75	212,75	224,25	258,75	316,25	414	580,75
Cabalgata	11,5	115	126,5	149,5	172,5	230	322
Ciclismo	11,5	115	126,5	149,5	172,5	230	322
Pesca deportiva	5,75	5,75	11,5	11,5	11,5	17,25	23
Caminata	15	690	750	840	1050	1365	1920
Total	112,75	5444,79	5860,83	6674,41	8185,06	10749,69	15050,24

Fuente: Investigación secundaria.

Cuadro N° 100.- Estructura de ingresos totales

Ingresos por año	Año 0	Año 1	Año	Año 3	Año4	Año 5
Ingresos por ventas demanda nacional	102002,60	110822,06	126883,03	153772,27	201522,96	282649,56
Ingresos por ventas demanda extranjera	5444,79	6104,05	6951,40	8524,74	11195,80	15674,82
Total	107447,39	116926,11	133834,43	162297,01	212718,76	298324,39

Fuente: Investigación secundaria.

h. Estado de resultados

Cuadro N° 101.- Estado de resultados

Rubros	Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	107447,39	116926,11	133834,43	162297,01	212718,76	298324,39
(-)Costos de producción		14902,63	15521,0891	16165,2143	16836,0707	17534,7677
Materia prima		6494	6763,501	7044,18629	7336,52002	7640,9856
Insumos		8408,63	8757,58815	9121,02805	9499,55072	9893,78207
(=)utilidad bruta		102023,48	118313,34	146131,79	195882,69	280789,62
(-)Costos de administración		124325	129485	134858	140455	146284
Sueldos y salarios		121871,10	126928,75	132196,29	137682,44	143396,26
Servicios básicos		2454	2555,841	2661,9084	2772,3776	2887,43127
(-) Costos de venta		1400,00	1458,10	1518,61	1581,63	1647,27
Publicidad y promoción		1400,00	1458,10	1518,61	1581,63	1647,27
(=)Utilidad operativa		-23701,62	-12629,35	9754,98	53846,24	132858,65
(-) Costo financiero		7573,59	5724,52	3658,42	1349,81	0,00
Amortización		2047,1	2047,1	1917,5	1917,5	1891,58
Utilidad neta antes de reparto de utilidades		-33322,30	-20400,98	4179,06	50578,93	130967,07
(-) Reparto de utilidades		-4998,34549	-3060,1467	626,85848	7586,83991	19645,0611
Utilidades antes del impuesto		-38320,65	-23461,12	4805,92	58165,77	150612,14
Impuesto 23%		-8813,74921	-5396,05867	1105,36045	13378,1277	34640,7911
Utilidad neta final		-29506,90	-18065,07	3700,55	44787,64	115971,34

Fuente: Investigación secundaria.

i. Balance general

Cuadro N° 102.- Balance general

Detalle	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Activo corriente (capital de trabajo)	67547,005	70721,7142	74045,6348	77525,7796	81169,4913
Activo fijo	32675,33	34211,0705	35818,9908	37502,4834	39265,1001
Depreciación acumulada	3458,5317	3458,5317	3458,5317	3046,035	3046,035
Activos diferidos (valor anual amortizado)	2047,1	2047,1	1917,5	1917,5	1891,58
Total de activos	105727,967	110438,42	115240,66	119991,80	125372,21
Pasivo corriente (intereses)	7573,59	5724,52	3658,42	1349,81	0,00
Pasivo largo plazo (préstamo)	23326,5848	23326,5848	23326,5848	23326,5848	
Patrimonio	74827,80	81387,31	88255,65	95315,41	125372,21
Total pasivo`+ patrimonio	105727,97	110438,42	115240,66	119991,80	125372,21

Fuente: Investigación secundaria.

j. Cálculo del flujo de caja del proyecto

Cuadro N° 103.- Flujo de caja

	RUBROS	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+	Ventas	107447,39	116926,11	133834,43	162297,01	212718,76	298324,39
-	Costos producción		14902,63	15521,0891	16165,2143	16836,0707	17534,7677
-	Costos administración		124325,1	129484,592	134858,202	140454,818	146283,693
-	Costo ventas		1400,00	1458,10	1518,61	1581,63	1647,27
-	Costos financieros		7573,59	5724,52	3658,42	1349,81	0,00
-	Amortizaciones		2047,1	2047,1	1917,5	1917,5	1891,58
=	Utilidad antes de repartición de utilidades e impuestos		-33322,30	-20400,98	4179,06	50578,93	130967,07
-	Reparto utilidades		-4998,35	-3060,15	626,86	7586,84	19645,06
=	Utilidad antes impuesto		-28323,96	-17340,83	3552,20	42992,09	111322,01
-	Impuesto		-6514,51	-3988,39	817,01	9888,18	25604,06
=	Utilidad neta		-21809,45	-13352,44	2735,19	33103,91	85717,95
+	Depreciaciones		3458,5317	3458,5317	3458,5317	3046,035	3046,035
	Inversiones	110457,835					
+	Amortización préstamo		23326,58	23326,58	23326,58	23326,58	0
	Flujo de caja	110457,835	4975,67	13432,68	29520,31	59476,53	88763,98

Fuente: Investigación secundaria.

j. Cálculo del punto de equilibrio

❖ **Ingresos**= 113236,60

❖ **Costos fijos**= 127783,63

❖ **Costos variables**= 23876,22

Cuadro N° 104.- Punto de equilibrio

Detalle :	Valor
CF	127783,63
CV	23876,22
V	113236,60
PE	16 1926,161

Fuente: Investigación secundaria

2. Evaluación financiera

Cuadro N° 105.- Evaluación financiera

Detalle	
VAN	\$ 54.603,35
TIR	15 %
RBC	\$ 1,51
Periodo de recuperación	Será mayor a 5 años.

Fuente: Investigación secundaria.

El valor actual neto se calculó con la tasa pasiva del 4 %, obteniendo un VAN positivo de \$ 54 603,35, de tal manera que el proyecto es factible puesto que genera ganancias.

La tasa interna de retorno es del 15 % es mayor a la tasa pasiva del 11,15 % establecida en los bancos, de tal manera que sería más rentable invertir en el proyecto puesto que la ganancia será mayor en relación con la ganancia que se obtendría en los bancos.

La relación beneficio/costo es de \$ 1,51, es decir, que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de \$ 0,51.

El periodo de recuperación del capital invertido será mayor a 5 años.

VI. CONCLUSIONES

1. Según el estudio de mercado el proyecto de la hostería EL SINCHE es posible realizarlo puesto que existe un 81% de los turistas nacionales y 78% de los extranjeros quienes manifestaron que les gustaría visitar y conocer este nuevo lugar turístico.
2. Técnicamente el proyecto es viable debido a que el tamaño del proyecto puede sostener la inversión requerida en cuanto a la infraestructura y planta para la implementación del mismo.
3. En cuanto a las actividades planteadas en la matriz de Lázaro Lagos, se identifica que la interpretación ambiental es la acción más beneficiosa el proyecto, debido que se utilizará como principal herramienta a corto y mediano plazo con la finalidad de que se para transmitir el valor que posee cada recurso que forma parte del ambiente.
4. Administrativamente el proyecto es viable al establecerse como Hostería Casona El Sinche está alineado en las leyes y lineamientos basados en la constitución del Ecuador, específicamente para la formación de la empresa como tal; y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística en sí, se tomará en cuentas los reglamentos establecidos principalmente en la Ley de Turismo, con la finalidad de que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de complicación al momento de ejecutar la actividad.
5. Se requerirá una inversión inicial de \$110 457,84, de los cuales se pretende hacer un préstamo de 75.000 a través de la Corporación Financiera Nacional, mediante el Proyecto de Negocios Turísticos Productivos, promocionado por el Ministerio de Turismo. El aporte de los socios será de \$ 36268,84.

6. Para la evaluación financiera económica del proyecto se utilizó los índices del Valor Actual Neto (VAN) que es de \$ \$ 54.603,35 dólares, lo que indica que el proyecto es rentable, pues este valor se presenta de carácter positivo; la Tasa interna de Retorno (TIR) es 15%, lo que muestra que el proyecto es rentable de igual manera, ya que el porcentaje obtenido es mayor a la tasa de interés que presentan las instituciones financieras. Mientras que la Relación Costo/ Beneficio es de \$1,51 dólares, es decir que por cada \$ 1,00 dólar de inversión se obtendrá \$1,51 centavos de dólar de ganancia. Por otro lado el periodo de recuperación del capital invertido son 3 años. Por lo tanto de acuerdo a los resultados obtenidos mediante a los cuatro indicadores el proyecto es factible puesto que genera ganancia.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se debe considerar la elaboración y propuesta de proyectos turísticos por medio del Ministerio de Turismo quien cuenta con programas que contemplan brindar el apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos capaces de impulsar el desarrollo de pequeños y medianos proyectos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la dinámica turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional.
2. Organizar planes o programas de educación ambiental, atención al cliente, agroturismo, relaciones humanas dirigidas a los miembros de la hacienda permitiendo alcanzar la profesionalización de buenos entornos de trabajo, organización y conservación del recurso humano para constituir una excelencia en la calidad de los servicios turísticos motivando al crecimiento económico del lugar y de los sectores en vía de desarrollo.
3. Tener en regla toda la documentación legal y todos los trámites pertinentes actualizados para no tener ningún inconveniente con la implementación y ejecución del proyecto.
4. En la ejecución del proyecto es necesario implementar planes y programas de señalización, manejo de desechos, entre otras, de esta manera garantizara la conservación, protección y preservación de los recursos naturales y culturales.
5. Beneficiarse con las facilidades de financiamiento que el Gobierno otorga a través del Ministerio de Turismo.
6. Mantener la rentabilidad y liquidez en el proyecto con el fin de alcanzar sus expectativas financieras y económicas con eficiencia.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda el Sinche en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, provincia de Bolívar. Se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo. Se determinó la demanda objetivo donde se utilizó el 20% de la demanda insatisfecha; porcentaje que se estableció de acuerdo a una estimación razonable de los posibles visitantes, tomando en cuenta la capacidad instalada de la hostería y el flujo de turistas según la temporada. Posteriormente se analizó la oferta actual y se identificaron atractivos turísticos de la zona que pueden ser frecuentados por los visitantes, disfrutando de los paisajes y recursos naturales del lugar. En este cantón se estableció como potenciales clientes a turistas nacionales provenientes de la ciudad de Riobamba y a los turistas extranjeros provenientes de los Estados Unidos quienes con mayor periodicidad acuden a este lugar teniendo gran aceptación en los sectores analizados para la creación del proyecto. En el estudio técnico se formuló la planificación filosófica y estratégica de la empresa, se realizó el estudio de mercadotecnia y el estudio de impacto ambiental aplicando la matriz Lázaro Lagos. Se estructuró la parte organizativa de la empresa con su manual de funciones y reglamento. En la parte legal se sustentó el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas con el sector turístico. En el estudio económico se determinó una inversión total de \$110457,84. Se calcularon costos e ingresos, estado de resultados, balance general, flujo de caja y el punto de equilibrio. Para la evaluación financiera se calculó el VAN: \$ 54 603,35. La relación B/C: \$ 1,51 y el TIR: 15% con un periodo de recuperación a partir del sexto año. Se concluye que el proyecto es factible generando beneficios sociales, económicos y ambientales.



IX. SUMMARY

This research proposes: conduct a feasibility study for the implementation of an inn, for the Sinche hacienda in Guanujo parish, canton Guaranda, Bolívar province. Bibliographic research techniques and field were used. The target was determined, 20% of unmet demand was used; percentage that was established according to a reasonable estimation of potential visitors. Taking into account the installed capacity of the inn and the flow of tourist by season. Subsequently it was analyzed the current offer and were identified the attractive touristic areas that can be frequented by visitors, enjoying the scenery and natural resources.

In this canton was established as potential customers domestic tourists from the city of Riobamba and foreign tourists from the United States, who more regularly flock to this place having great acceptance in this sectors analyzed for the creation of the project. In this technical study the philosophical planning and the company's strategies were formulated, the marketing study and the environmental impact study applying the Lazaro Lagos format. The organizational part of the company with its manual functions and rules were structured. In the legal part of the project was supported by the Ecuadorian laws. In the economic study a total of \$ 110, 457.84 was invested. For financial evaluation the NPV was calculated: \$ 54 603.35. The B/C ratio: \$ 1, 51, and the IRR at 15% with a recovery period from the sixth year. It is concluded that the project is feasible, generating social, economic and environmental benefits.



X. BIBLIOGRAFÍA

1. ACTIWEB. 2013. (ESTUDIO AMBIENTAL) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.actiweb.es/estudiosymas/biclioteca.html>
2. ACTIWEB. 2013. (ESTUDIO ADMINISTRATIVO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.actiweb.es/estudiosymas/biclioteca.html>
3. ALLPE. 2013. (ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
http://www.allpe.com/seccion_detalle.php?idseccion=81
4. ARAGUA, 2013. (DETERMINACION DE LA FACTIBILIDAD) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
[http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON
%C3%93MICA.pdf](http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON%C3%93MICA.pdf)
5. ARBOLEDA, G. 1998. Proyectos Formulación, Evaluación y Control. Colombia.
6. BACA, G., 2001. “Evaluación de proyectos”, cuarta edición, México, 17 - 45pp.
7. BURGWAL, Gances. 1999. “Planificación Estratégica y Operativa” Impresiones.
8. CACERES, ALBERTO. 2009. (ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://planificacion-de-proyectos.blogspot.com/2010/02/estudio-economico-y-financiero-de-un.html>

9. CARRASCO, Germán. 2011. (CONCEPTO DE TIR) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
http://www.extoikos.es/pdf/n2/extoikos2_tir.pdf
10. CHARCO, William. 2013. (ANÁLISIS FINANCIERO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>
11. CONTABILIDADYFINANZAS, 2012. (RELACIÓN BENEFICIO COSTO)
(En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.contabilidadyfinanzas.com/relacion-beneficio-costo-bc.html>
12. CONTRERAS, C. 2011. (ESTUDIO DE MERCADO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/como-hacer-un-estudio-de-mercado>
13. CUERVO, Alvaro. 2008. Introducción a la administración de empresas (6ª edición edición). Civitas. pp. 449 páginas
14. ECO-FINANZAS, 2013. (CONCEPTO DE VAN) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en: <http://www.eco-finanzas.com>
15. ESPINOSA, G. 2001. Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Centro de Estudios para el Desarrollo – CED Santiago – Chile.
16. FERNÁNDEZ, Amador. 2013. (ANÁLISIS ECONÓMICO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.contabilidad.tk/node/162>

17. GOMEZ, AMALIA. 2013. (ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>
18. GUARANDA, 2014. (INVENTARIO OFICIAL DE ATRACTIVOS TUIRISTICOS DEL CANTON GUARANDA) (En línea). Consultado el 18 de Febrero de 2014. Disponible en: <http://www.guaranda.gob.ec/web/>
19. HERNÁNDEZ, Edgar. 1997. Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación. Editorial Trillas. México.
20. HOTELESECUADOR, 2006. (CLASIFICACION DE HOSTERÍAS) (En línea).
Consultado el 03 de Enero de 2014. Disponible en:
<http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20General%20de%20Actividades%20Turisticas.pdf>
21. JACK, 2009. (ESTUDIO LEGAL) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-legal-y-la-formulacion-y-la.html>
22. KOCH, Josefina, 2009. (MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en: www.esmas.com
23. KOTLER, Philip. 2003. (FUNDAMENTOS DE MARKETING) (6ª edición).
Pearson Educación de México, S.A. de C.V. p. 712.
24. Ley de Turismo 2008. (CAPÍTULO I GENERALIDADES, ART. 3 DE LA LEY DE TURISMO) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>

25. MACHICADO, Jorge. 2009. (DEL DESARROLLO SUSTENTABLE AL DESARROLLO SOSTENIBLE) (En línea).
Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://jorgemachicado.blogspot.com/2009/08/dss.html#sthash.1WtDnv5Y.dpuf>
26. MERCADO, S. 2002. Mercadotecnia programada. Principios y aplicación para orientar la empresa hacia el mercado. Publicado en México, página 110.
27. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. 2011. (EL TURISTA) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones>.
28. MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2012. (TURISMO CONSCIENTE). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.amalavida.tv/novedades/turismo-consciente-concepto>
29. MORLA, J. 2011. (ANÁLISIS DE LA DEMANDA) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos82/sistema-turistico/sistema-turistico.shtml>
30. MUÑOZ, G. 2010. (TURISMO) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en: <http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/handle>.
31. MURO, D. 2012. (PLANES DE ALOJAMIENTO) (En línea). Consultado el 03 de Enero de 2014. Disponible en:
<http://administracion.realmexico.info/2013/10/tarifas-y-planos-hoteles.html>
32. NUÑEZ, 2011. (ESTUDIO DE MERCADO) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

- 33.** Normas Técnicas Ecuatorianas, 2008. (TURISMO. REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL) (En línea). Consultado el 23 de Abril de 2014. Disponible en:
http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2450-08.pdf
- 34.** OMT, 2013. (TURISTA) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- 35.** PORTALES, Diego. 2011. (ETAPAS DEL ESTUDIO TÉCNICO) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- 36.** REYES, C. 2010. (PLANES DE ALOJAMIENTO) (En línea). Consultado el 03 de Enero de 2014. Disponible en:
<http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/-planes-de-hotel->
- 37.** RESOL, 2009. (DEFINICION DE LOS COLORES) (En línea). Consultado el 20 de Julio de 2014. Disponible en:
<http://www.resol.com.ar/sitio/index.php>
- 38.** ROJO, M., 2002. “Dirección y Gestión Empresarial Turística”. Editorial. Renueva. Quito-Ecuador. 560 pp.
- 39.** ROSALES, P. 2005. (ESTUDIO TECNICO) (En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

40. SACHA BESOAIN, M. 2009. (DEFINICIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO)
(En línea). Consultado el 03 de Diciembre de 2013. Disponible en:
<http://sashabesoainm.blogspot.com/2009/08/el-sistema-turistico.htm>
41. TIERRA, P. 2010. Texto Básico de Paquetes Turístico. Pág. 12 y 13.
42. TIERRA, P. 2010. Texto básico de Planificación Territorial. Ficha de diagnóstico situacional.
43. Yucta, P. 2002. “Diseño y formulación de proyectos ecoturísticas”. Riobamba-ecuador. 25 p

XI. ANEXOS

Anexo N° 1.- Modelo de encuesta turistas nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



El objetivo de esta encuesta, es establecer las características de un Producto Turístico, en la hacienda El Sinche, Parroquia Guanujo, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Reciba un cordial saludo

INFORMACIÓN BÁSICA

1. ¿Edad?

1.1. Menos de 20 años ☐ **1.2.** 21-40 años ☐ **1.3.** 41-60años ☐ **1.4.** Más de 61 añ ☐

2. ¿Género?

2.1. Masculino ☐ **2.2.** Femenino ☐

3. ¿Procedencia?

3.1. País _____ **3.2. Ciudad** _____

4. ¿Estado Civil?

4.1. Soltero ☐ **4.2.** Casado ☐ **4.3.** Divorciado ☐ **4.4.** Viudo ☐

5. ¿Nivel de estudio?

5.1. Primaria ☐ **5.2.** Secundaria ☐ **5.6.** Universidad ☐ **5.7.** Post-Grado ☐

6. ¿Salario Mensual?

6.1. \$ 318 a 500 ☐ **6.2.** \$ 501-1000 ☐ **6.3.** Más de \$ 1000 ☐

CONOCIMIENTO DEL LUGAR

7. ¿Conoce el cantón Guaranda

7.1. Si ☐ 7.2. No ☐

8. ¿Conoce la parroquia Guanujo?

8.1. Si ☐ 8.2. No ☐

9. ¿Le gustaría conocer y alojarse en la hostería El Sinche; en la que se pretende realizar varias actividades turísticas, respetando el medio ambiente?

9.1. Si ☐ 9.2. No ☐

PREFERENCIAS DE VIAJE

10. ¿Qué servicios turísticos le gustaría que se oferten en la hostería?

10.1. Áreas de camping ☐
 10.2. Alimentación ☐ 10.4. Áreas recreativas ☐
 10.3. Guianza ☐

11. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la hostería?

11.1. Senderismo ☐ 11.2. Campamentos ☐ 11.3. Observación de flora ☐
 11.4. Fotografía ☐ 11.5. Visita a granja integral ☐ 11.6. Caminatas ☐
 11.7. Cabalgatas ☐ 11.8. Ordeño de vacas ☐ 11.9. Ciclismo ☐
 11.10. Observación de procesos de productos lácteos. ☐ 11.11. Otros (especifique) ☐

12. ¿Qué tipo de comida le gustaría que se ofrezca en la Hostería? (escoja una opción)

- 12.1. Comida típica ☐
- 12.2. Comida nacional ☐
- 12.3. Comida internacional ☐
- 12.4. Comida rapida ☐

13. ¿Por cuantos días estaría dispuesto a permanecer en la hostería?

- 13.1. 1 día ☐ 13.2. 2 -4 días ☐ 13.4. Más de una semana ☐

14. ¿Generalmente cuánto gasta en turismo por persona/día, para hospedaje, alimentación, recreación y guianza?

- 14.1. \$ 21-30 ☐ 14.2. \$31-40 ☐ 14.3. \$41-60 ☐ 14.4. Más de \$60 ☐

15. ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?

- 15.1. Una vez por mes ☐ 15.2. Cada 3 meses ☐
- 15.3. Dos veces por año ☐ 15.4. Otros (especifique) ☐

16. ¿Cómo prefiere viajar?

- 16.1. Solo ☐ 17.1. Amigos ☐ 18.1. Familia ☐ 19.1. Pareja ☐

17. ¿Por qué medio de comunicación usted se informa sobre actividades turísticas?

- 17.1. Radio ☐ 17.2. TV ☐ 17.3. Internet ☐ 17.4. Prensa escrita ☐
- 17.5. Familia ☐ 17.6. Agencias ☐ 17.7. Revistas ☐ 17.8. Guías de turismo ☐
- viajes especializadas

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2.- Modelo de encuestas turistas extranjeros



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



Read the information below. Please be honest.

BASIC INFORMATION

1. Age?

1.1. 1-20 years ☐ 1.2. 21-40 years ☐ 1.3. 41-60 ☐ 1.4. More than 61 year ☐

2. Gender?

2.1. Male ☐ 2.2. Female ☐

3. Origin?

3.1. Country _____ 3.2. Town _____

4. Marital status?

4.1. Single ☐ 4.2. Married ☐ 4.3. Divorced ☐ 4.4. Widower ☐

5. Education Level?

5.1. Elementary ☐ 5.2. School ☐ 5.3. Hi school ☐ 5.4. Bachelor ☐

6. Which is your salary per month?

6.1. \$ 1000 to 1500 ☐ 6.2. \$ 1500 to 2000 ☐ 6.3. More than \$ 2000 ☐

PLACE INFORMATION

7. Have you ever been in Guaranda?

7.1. Yes ☐

7.2. No ☐

8. Have you ever been in Guanujo?

8.1. Yes ☐

8.2. No ☐

9. Would like to know more and logde in El Sinche, in which it is intended it is intended to perform various eviroment friendly tourist activities?

9.1. Yes ☐

9.2. No ☐

TRAVEL REFERENCE

10. What tourist services would you like to be offered in the Sinche?

10.1. Recreational areas ☐

10.2. Guidance ☐

10.4. Camping areas ☐

10.3. Feeding ☐

11. What activities would you like to do in the inn?

11.1. Hiking ☐ 11.2. Camping ☐ 11.3. Observation of dairy processes ☐

11.4. Walk ☐ 11.5. Milking cows ☐ 11.6. Comprehensive farm tour ☐

11.7. horseback riding ☐ 11.8. Photography ☐ 11.9. Cycling ☐

11.10. Observation of flora ☐ 11.11. Others (specify) _____

12. How many days would you like to spend?

12.1. 1 day ☐ 12.2. 2 – 4 days ☐ 12.3. More than week ☐

13. How much you can pay for services (food, guidance, recreation) for each person?

13.1. \$ 31-40 ☐ 13.2. \$ 41-60 ☐ 13.3. \$ 61-70 ☐ 13.4. More of \$ 70 ☐

14. What food would you like to be offered at the Inn? (choose one)

14.1. Typical food ☐

14.2. National food ☐

14.3. International food ☐

14.4. Fast food ☐

15. How often do you travel in a year?

15.1. Once a month ☐ 15.2. every three months ☐ 15.3. Twice ☐ 15.4. More ☐

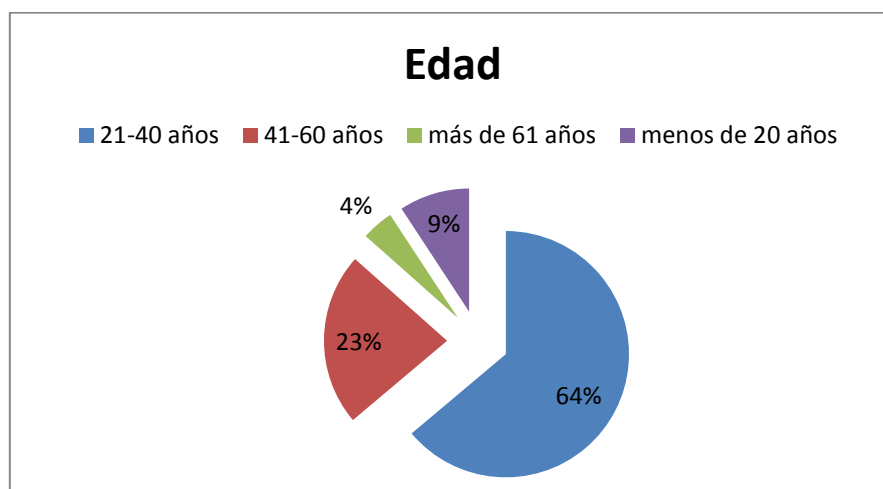
16. How do you like to travel?

16.1. Alone ☐ 16.2. Couple ☐ 16.3 Friends ☐ 16.4. Family ☐

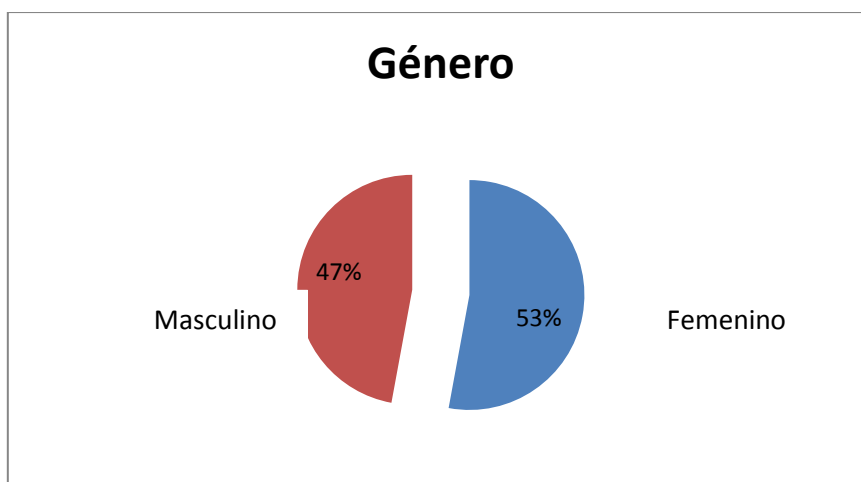
17. How do you get information about the places before visit it?

17.1. Travel guide ☐ 17.2 Family ☐ 18.3. Internet ☐ 17.4. Travel Agency ☐

THANKS

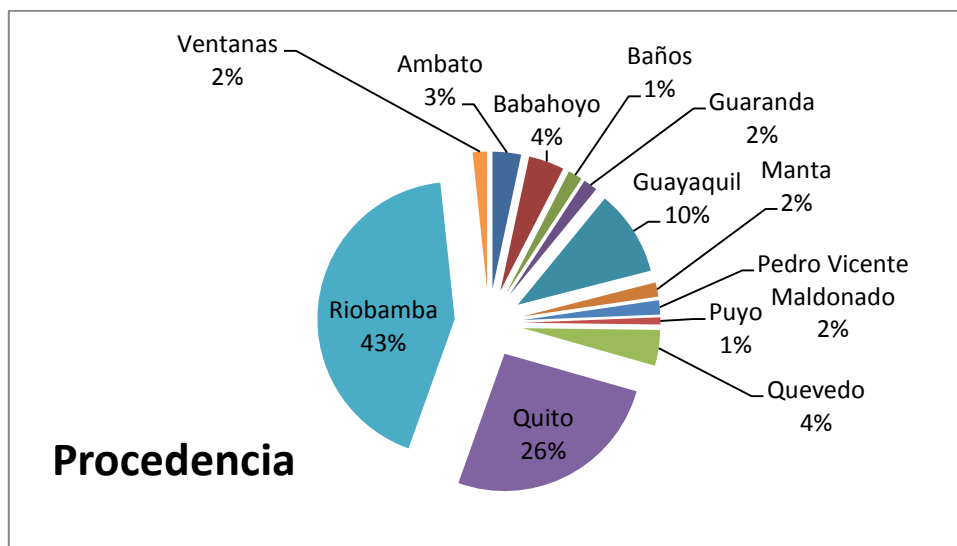
Anexo N° 3.-Gráficos de la tabulación de datos de los turistas nacionales**1) Gráfico N° 3.- Edad de los turistas nacionales**

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

2) Gráfico N° 4.- Género de los turistas nacionales

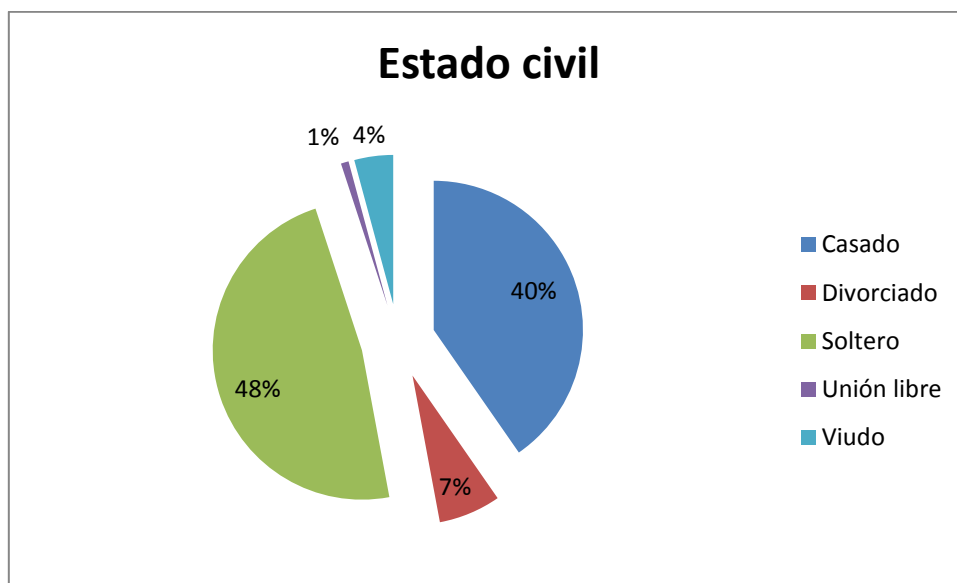
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

3) Gráfico N° 5.- Procedencia de los turistas nacionales



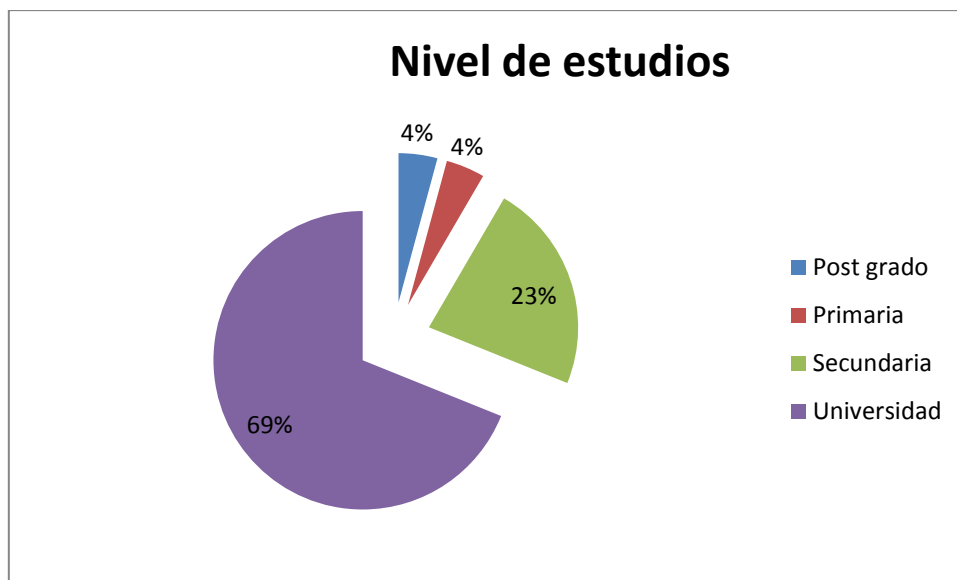
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

4) Gráfico N° 6.- Estado civil de los turistas nacionales



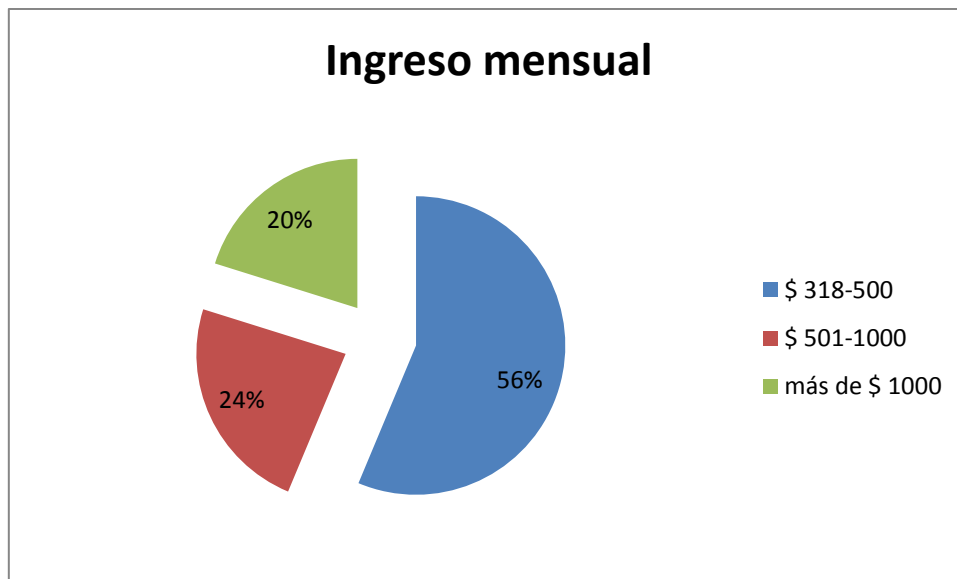
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

5) **Gráfico N° 7.-** Nivel de estudio de los turistas nacionales



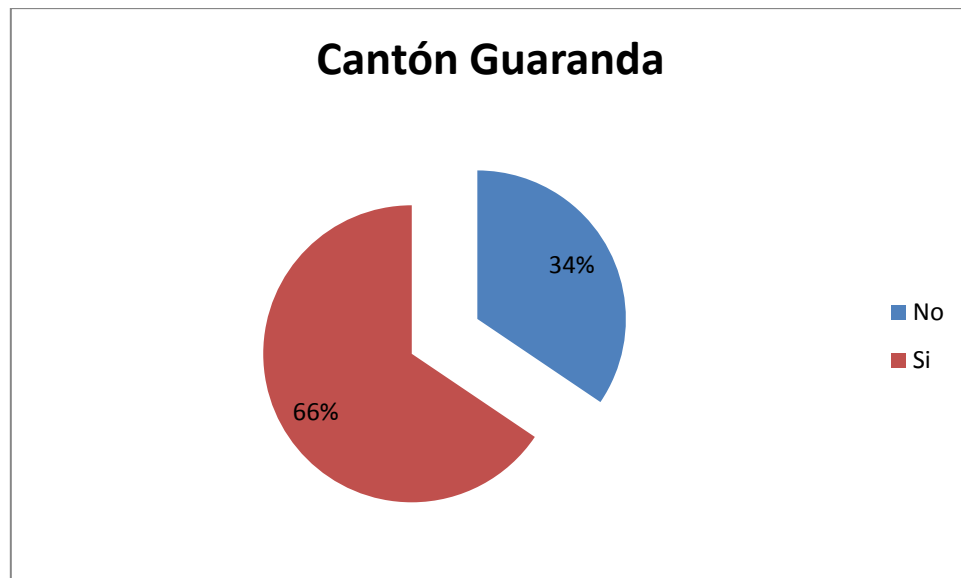
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

6) **Gráfico N° 8.-** Ingreso mensual de los turistas nacionales



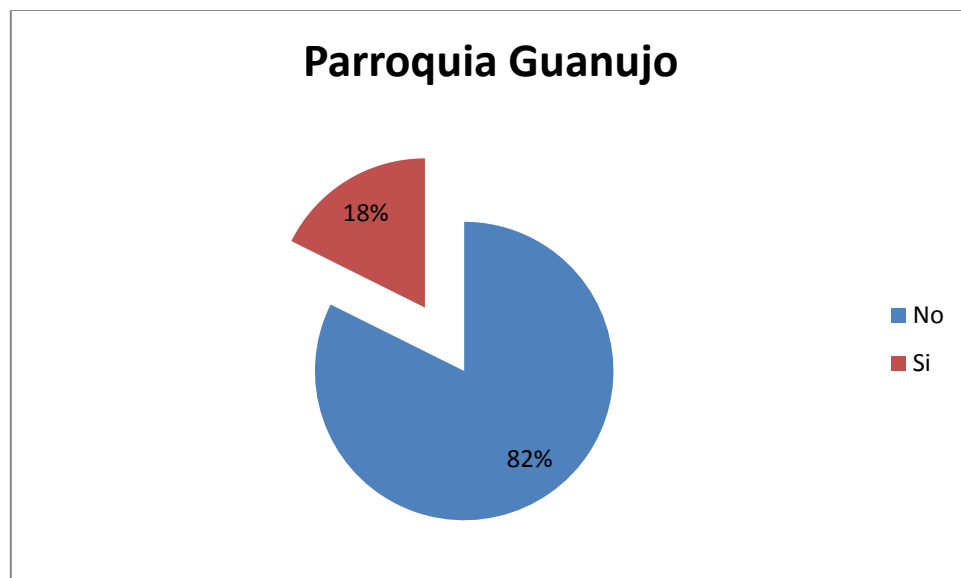
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

7) **Gráfico N° 9.-** Conocimiento del cantón Guaranda por turistas nacionales



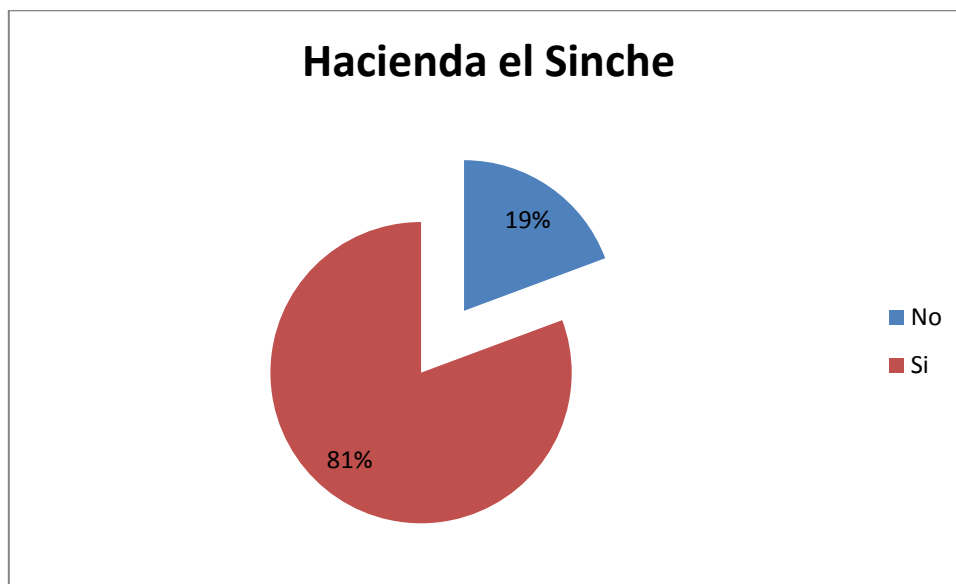
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

8) **Gráfico N° 10.-** Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas nacionales



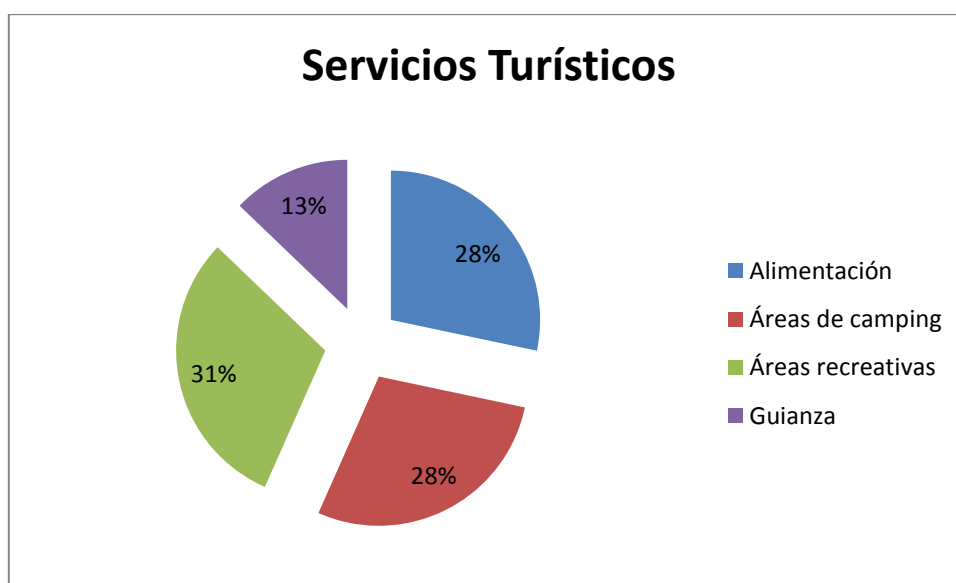
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

9) **Gráfico N° 11.-** Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por turistas nacionales



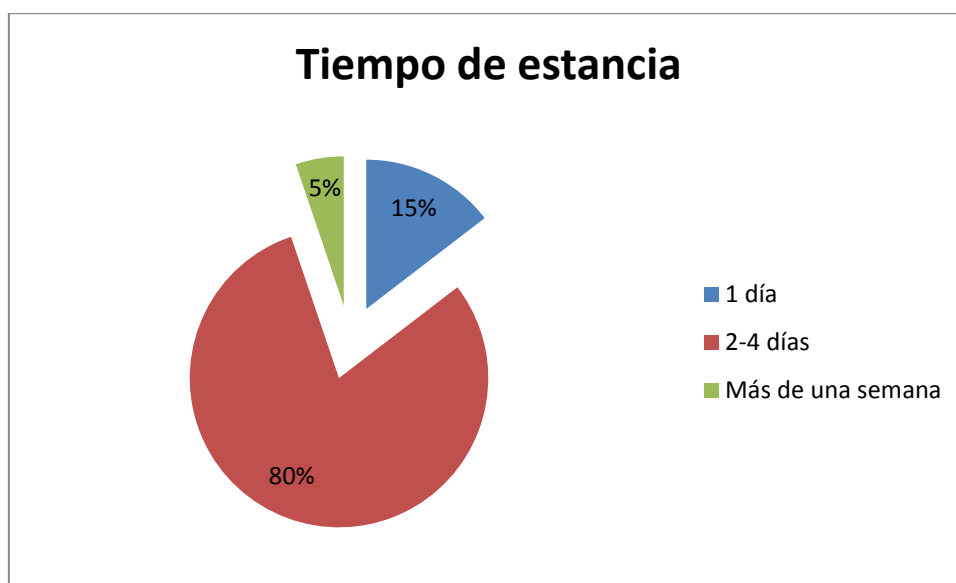
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

10) **Gráfico N° 12.-** Servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales



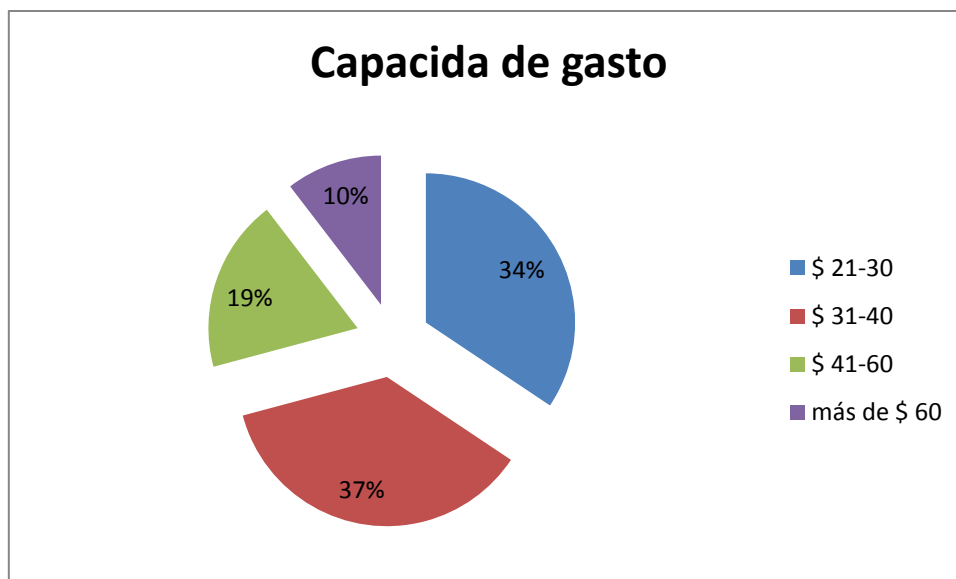
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

13) Gráfico N° 15.- Tiempo de estancia de los turistas nacionales



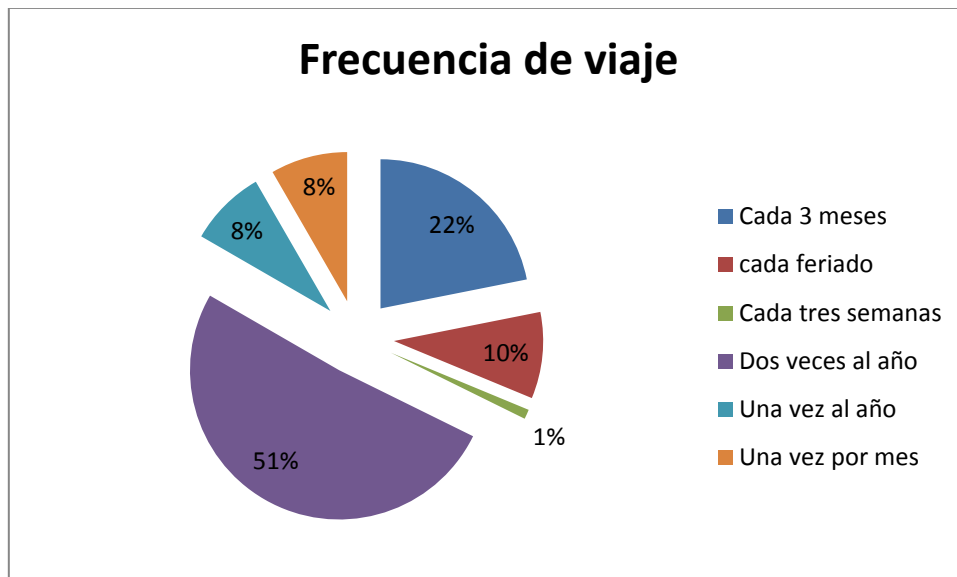
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

14) Gráfico N° 16.- Capacidad de gasto de los turistas nacionales



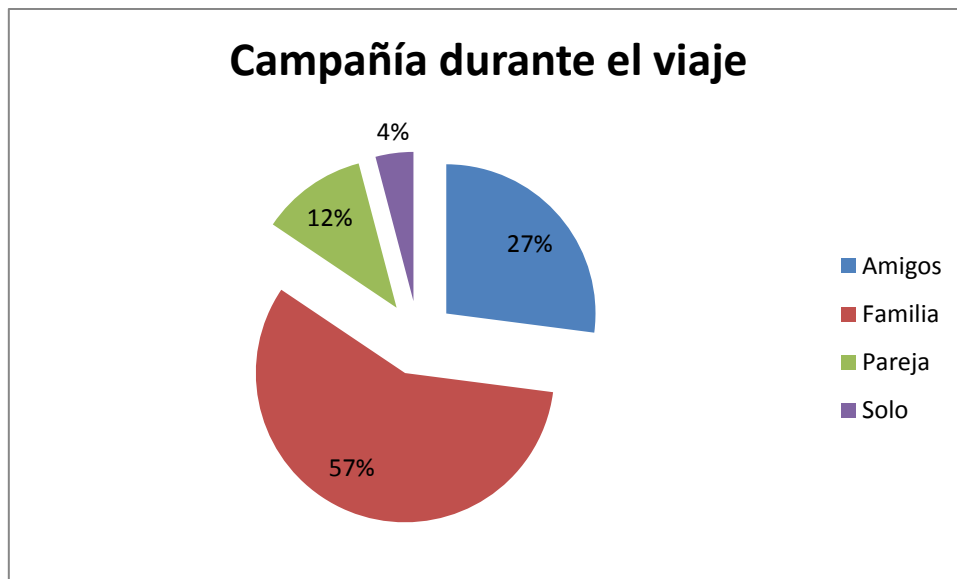
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

15) Gráfico N° 17.- Frecuencia de viaje de los turistas nacionales



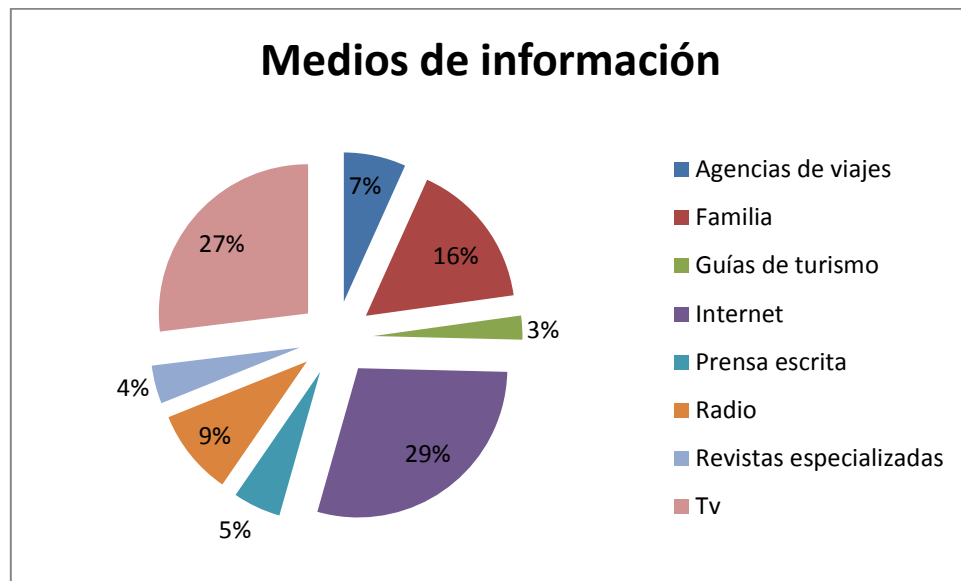
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

16) Gráfico N° 18.- Preferencia de compañía durante el viaje de los turistas nacionales

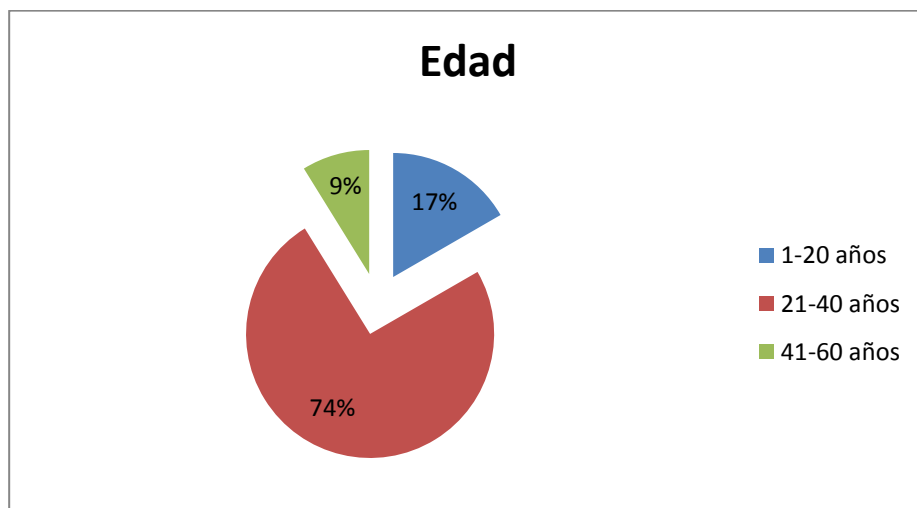


Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

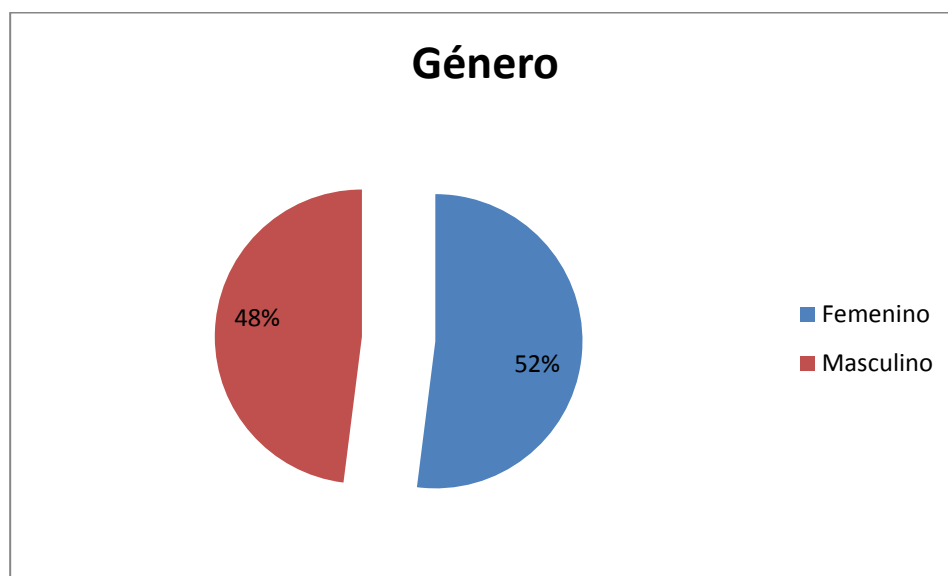
17) Gráfico N° 19.- Medios por los que se informan los turistas nacionales



Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

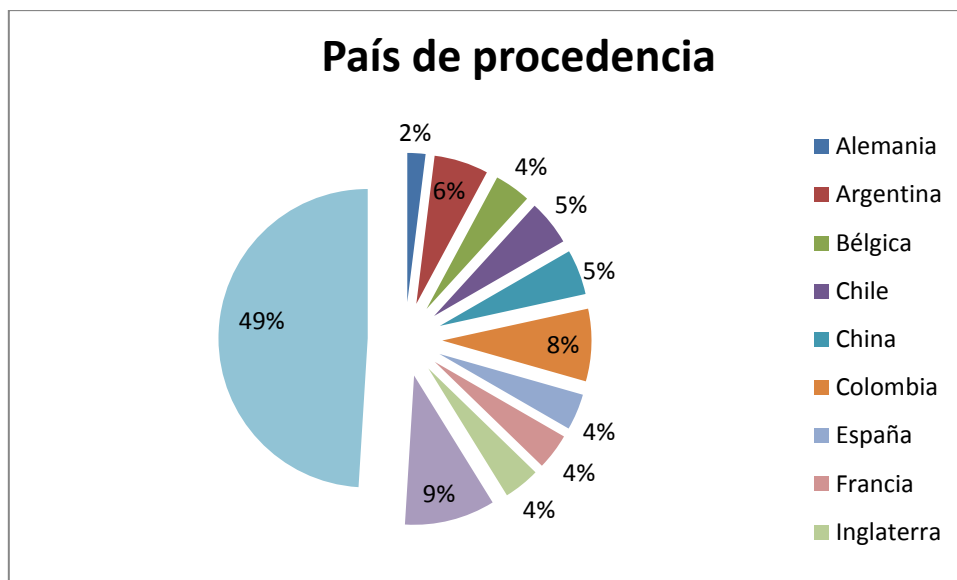
Anexo N° 4.- Gráficos de la tabulación de los datos de los turistas extranjeros**1) Gráfico N° 20.- Edad de los turistas extranjeros**

Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

2) Gráfico N° 21.- Género de los turistas extranjeros

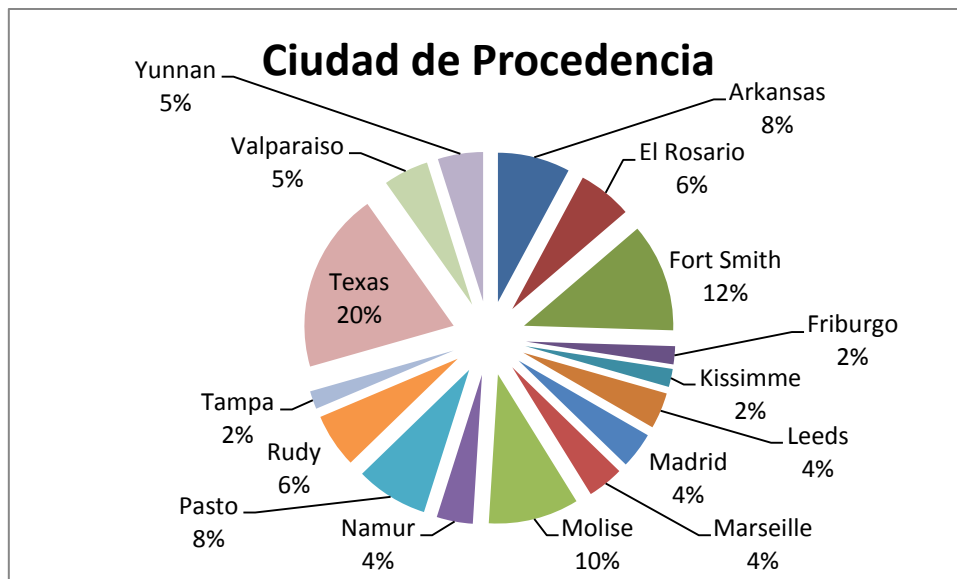
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

3) **Gráfico N° 22.-** País de procedencia de los turistas extranjeros



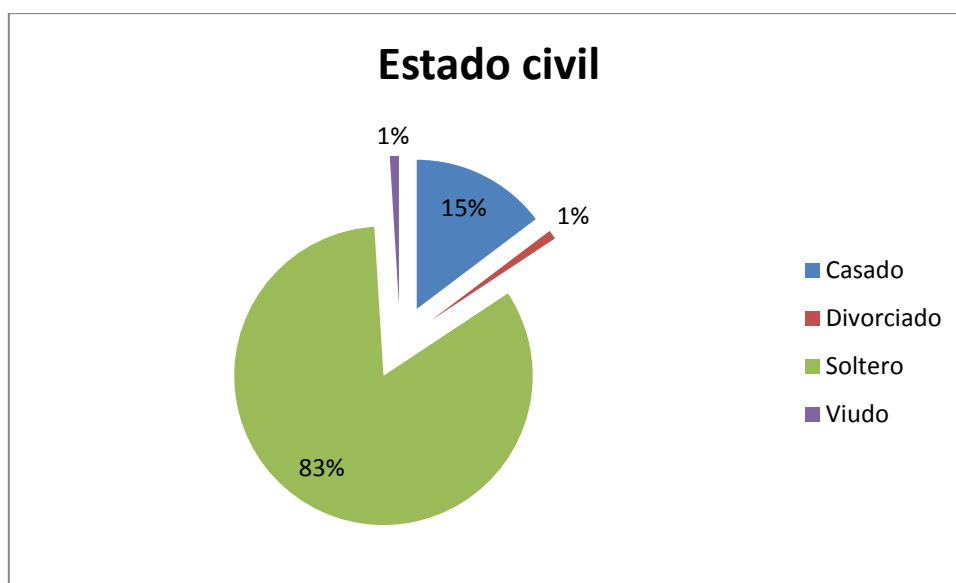
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

4) **Gráfico N° 23.-** Ciudad de procedencia de los turistas extranjeros



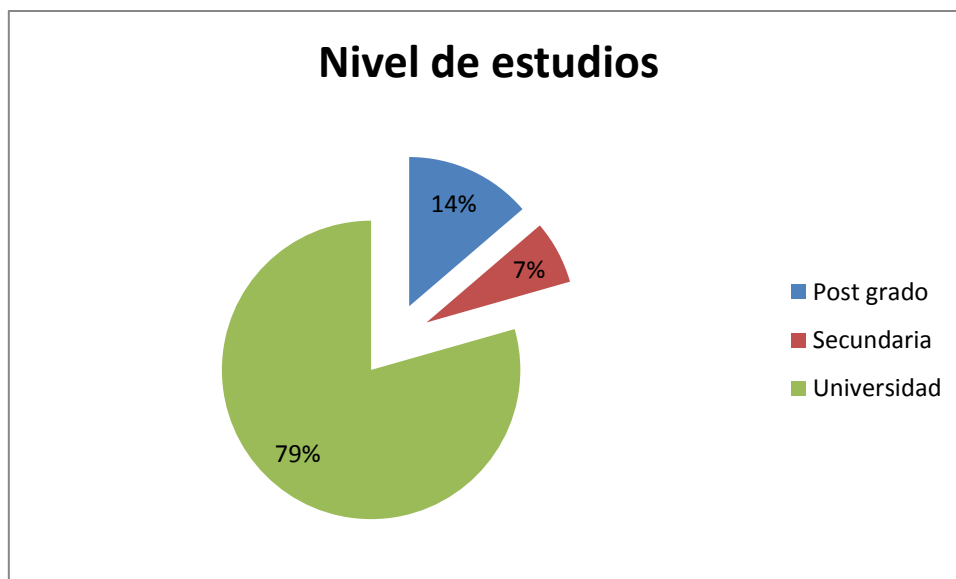
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

5) **Gráfico N° 241.-** Estado civil de los turistas extranjeros



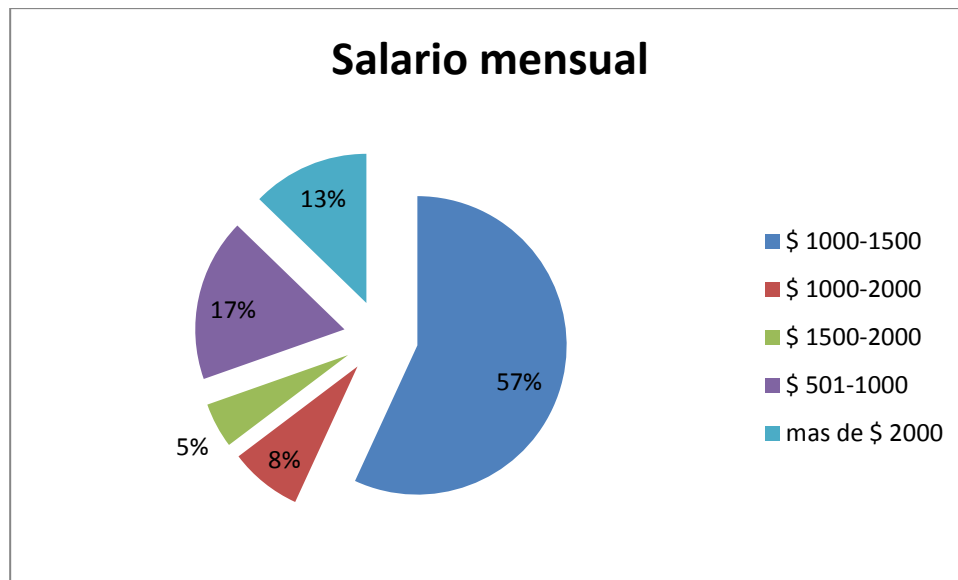
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

6) **Gráfico N° 25.-** Nivel de estudio de los turistas extranjeros



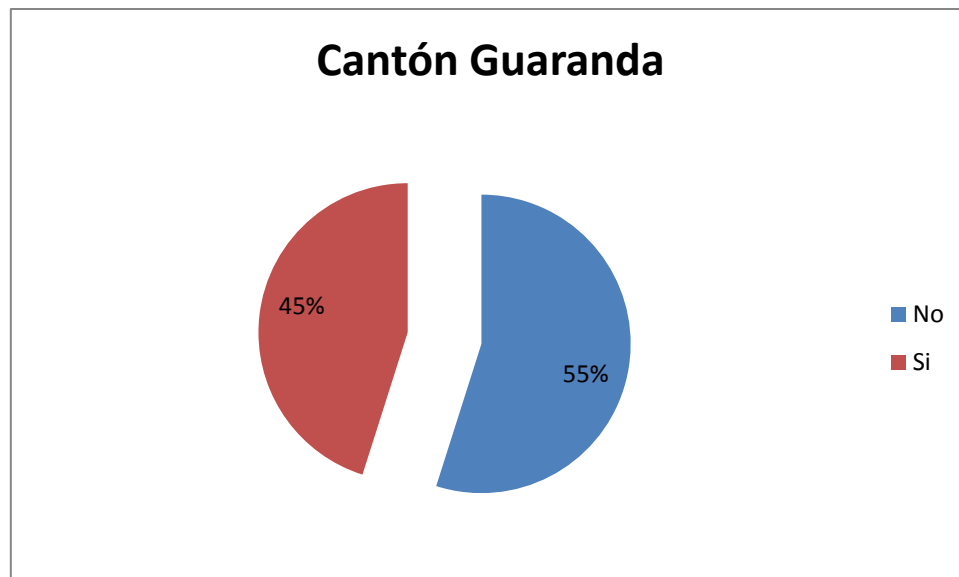
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

7) **Gráfico N° 26.-** Salario mensual de los turistas extranjeros



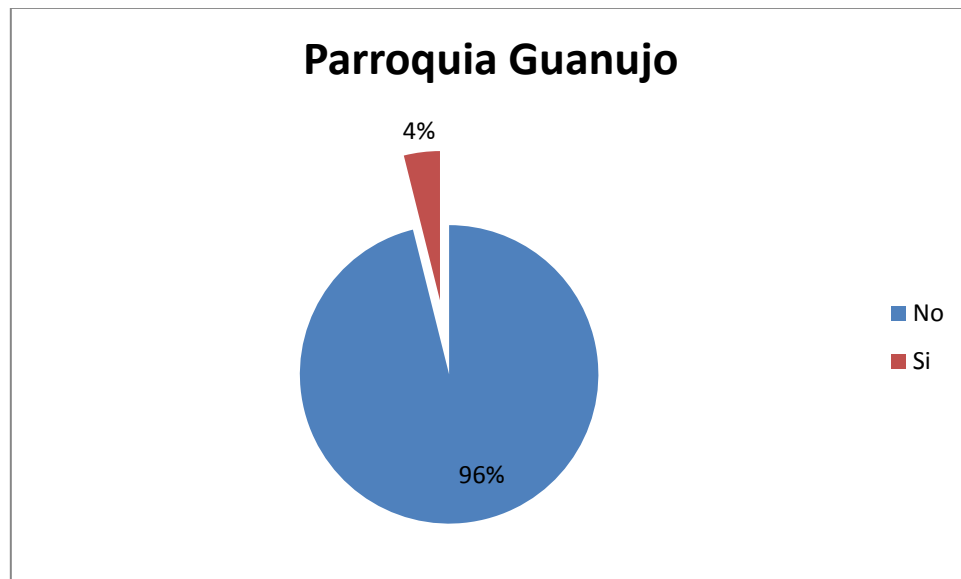
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

8) **Gráfico N° 27.-** Conocimiento del cantón Guaranda por turistas extranjeros



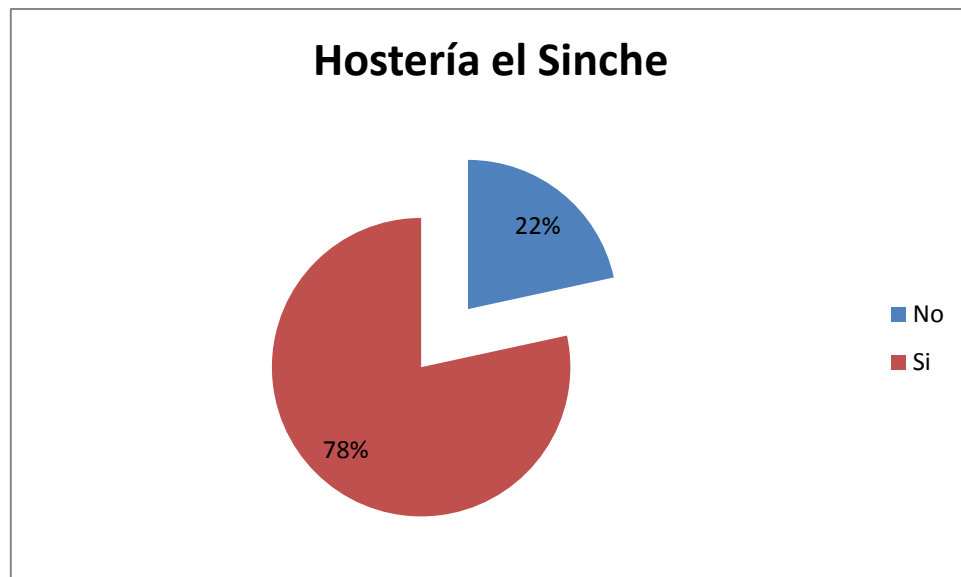
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

9) **Gráfico N° 28.-** Conocimientos de la parroquia Guanujo por los turistas extranjeros



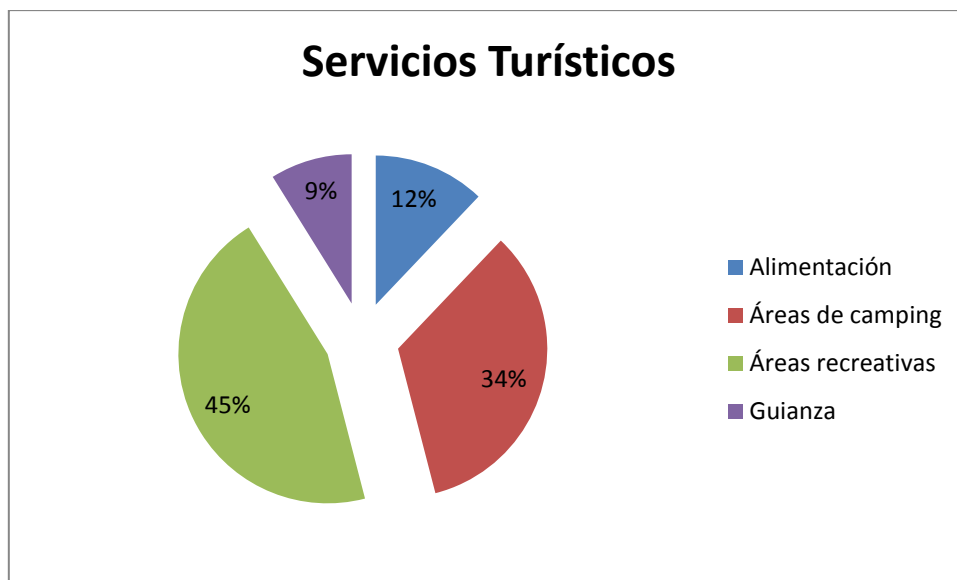
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

10) **Gráfico N° 29.-** Interés por conocer y alojarse en la hostería el Sinche por turistas extranjeros



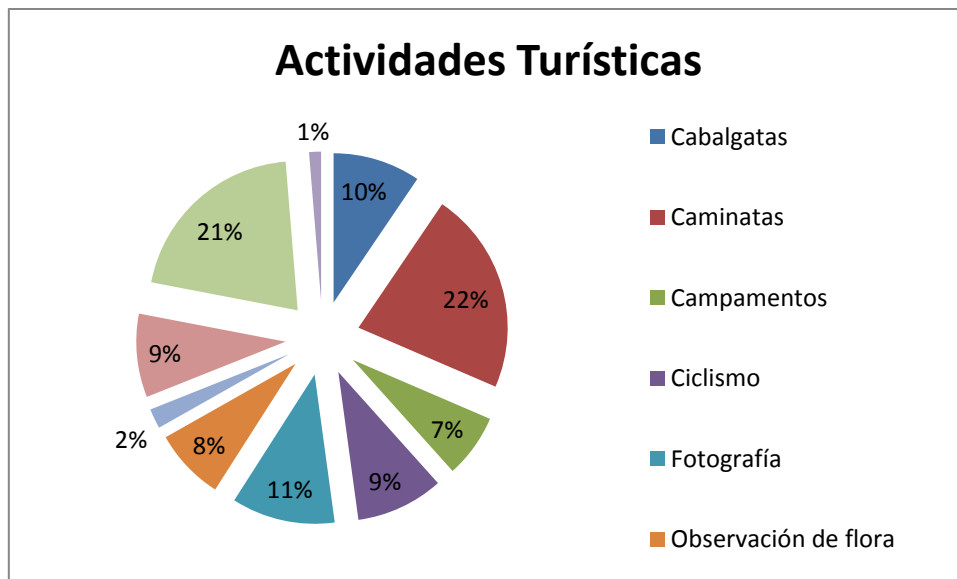
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

11) Gráfico N° 30.- Servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros



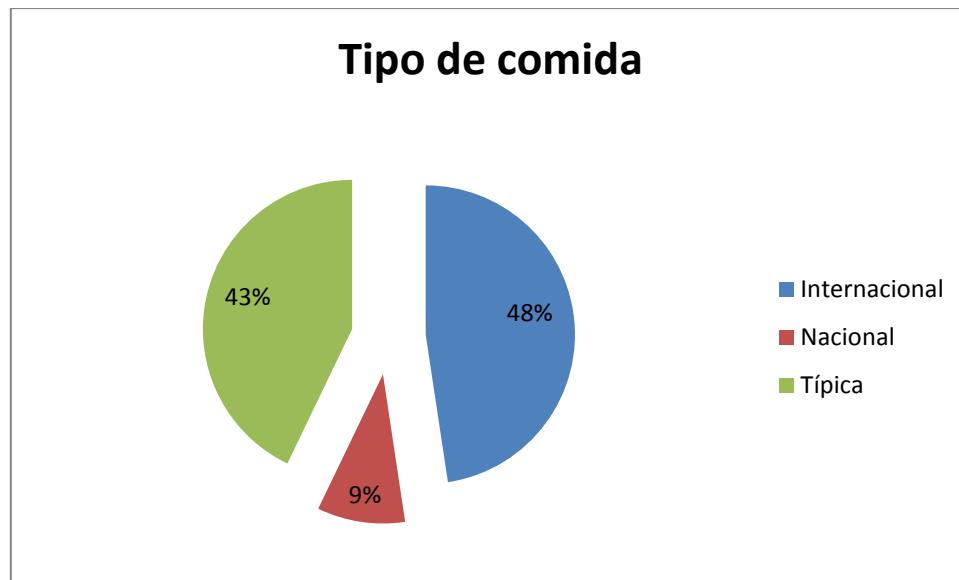
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

12) Gráfico N° 31.- Actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros



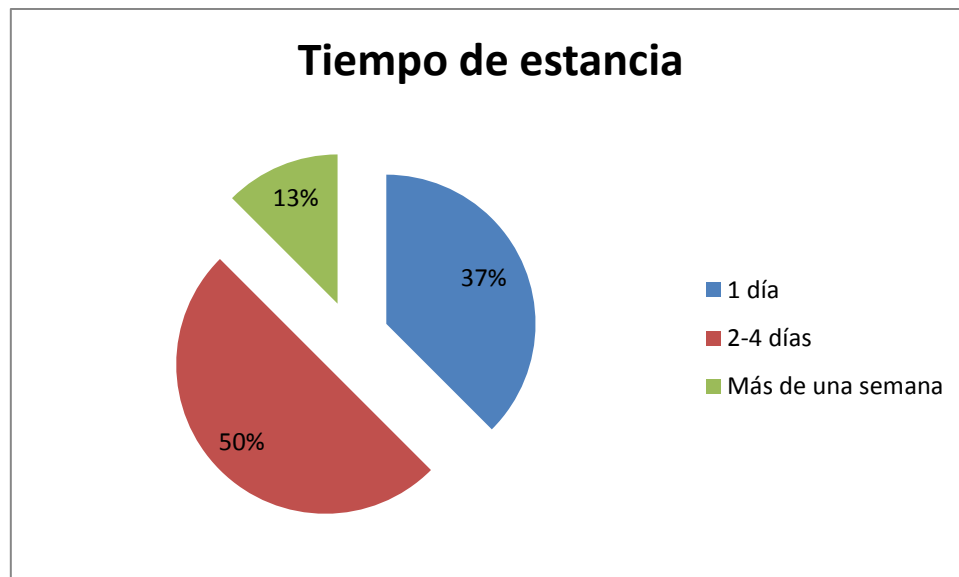
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

13) Gráfico N° 32.- Tipo de comida preferida por los turistas extranjeros



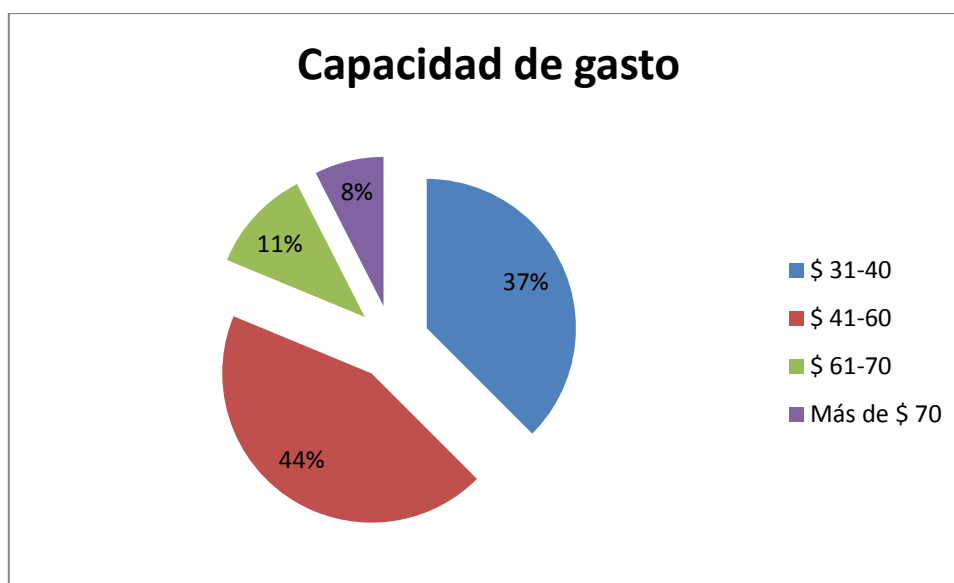
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

14) Gráfico N° 33.- Tiempo de estancia de los turistas extranjeros



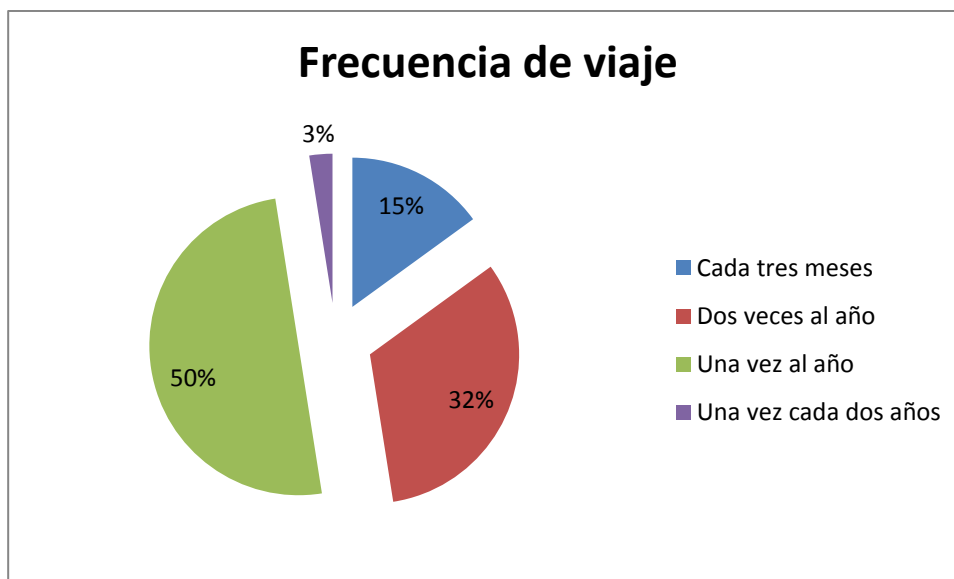
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

15) Gráfico N° 34.- Capacidad de gasto de los turistas extranjeros



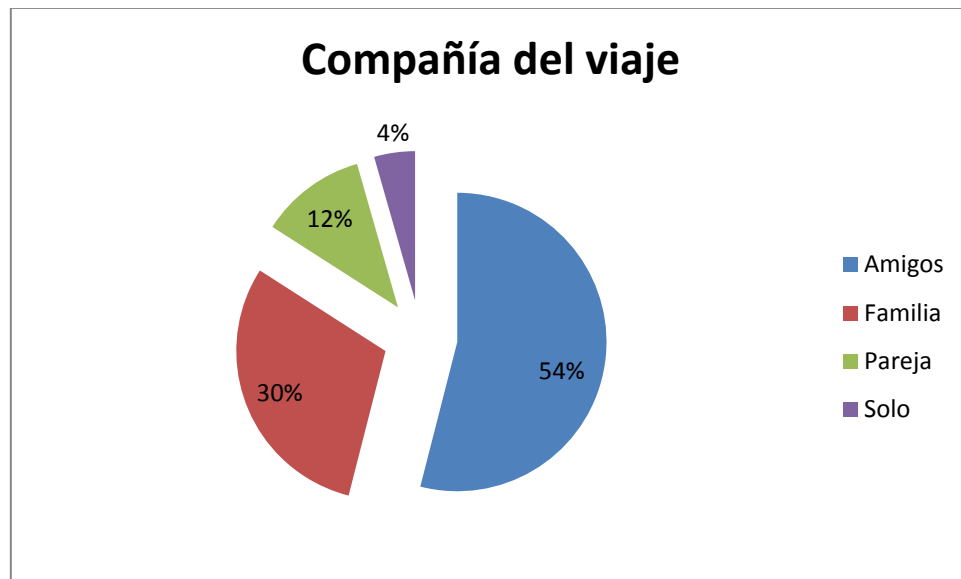
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

16) Gráfico N° 35.- Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros



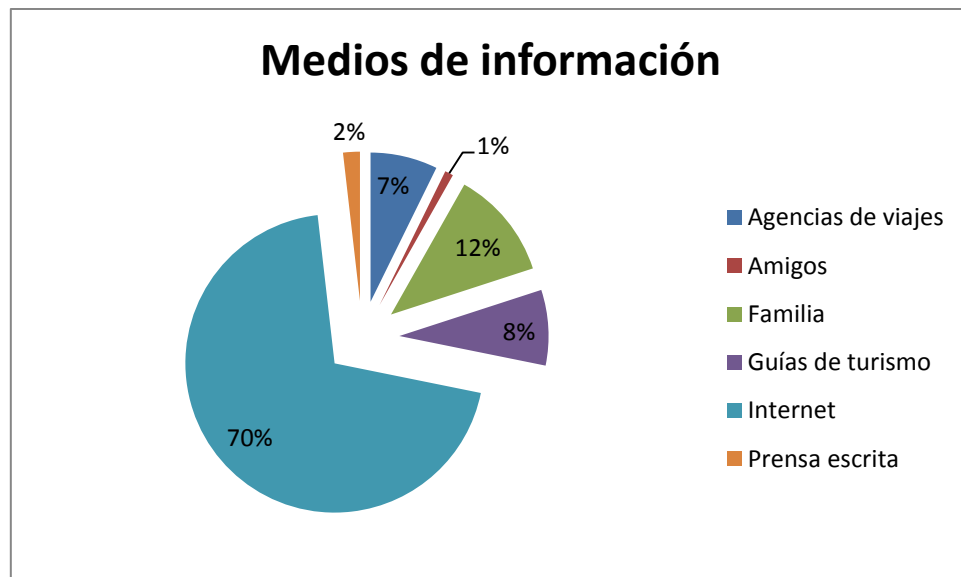
Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

17) Gráfico N° 36.- Preferencia de compañía durante el viaje de los turistas extranjeros



Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014



18) Gráfico N° 37.- Medios por los que se informan los turistas extranjeros



Fuente: Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2014

Anexo N° 5.-Fichas de los atractivos naturales de la hacienda el Sinche

1) Ficha N° 1.- Sendero “Chupichan”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N°01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Sendero Chupichan	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Sendero	
	
Fotografía No.1	Fotografía No. 2
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 0722219	2.5 Longitud: 9832868
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	

3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km.
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 158 m. 4.2 Temperatura: 10 ° C 4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, Parroquia de Guanujo, Hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo <p>El sendero Chupichan es el camino principal que conduce hacia el mirador, inicia desde la ordeñadora hasta el mirador recorriendo aproximadamente 1,5 km, encontrando una variedad de flora y fauna propia del lugar, especialmente la flor de Chupichan del cual proviene el nombre del mismo.</p> <p>Es un sendero compuesto por algunas curvas, pendientes y planicies que lo colocan en un nivel medio de dificultad, por lo que requiere mayor físico y ciertas consideraciones al momento de transitar.</p> <p>Durante el recorrido del sendero se observa el cambio de vegetación escasa a una más abundante conformada por árboles, arbustos y plantas pioneras, adicionalmente de excelentes paisajes.</p>	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: <ul style="list-style-type: none"> - La quebrada las Peñas. - Mirador las Peñas. - Variedad de flora. - Variedad de fauna. 	
4.7 Permisos y Restricciones Se debe solicitar a los propietarios el ingreso a la hacienda y posteriormente hacia el mirador	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	

- Camino para ascender hasta el mirador.
4.8.2 Usos Potenciales - Caminatas. - Observación de flora. - Fotografía. - Interpretación de flora.
4.8.3 Necesidades turísticas - Mejorar y adecuar el sendero. - Implementación de señalética turística e interpretativa. - Dar mantenimiento adecuado cada cierto tiempo al sendero
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Una nueva opción para caminar, relajarse y respirar aire puro en combinación con la naturaleza en estado puro.
4.9.2 Impactos negativos - Compactación del suelo. - Pérdida de especies de flora. - Contaminación paisajística.
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No alterado
5.2 Causas: La existencia de otros caminos para transitar, evita el uso frecuente de este por lo que se considera que se encuentra en condiciones normales, no existen factores externos que lo alteren.
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Existe alto nivel de concientización sobre el cuidado y respeto del entorno en donde viven.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: terrestre	7.2 Subtipo: sendero	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: se puede llegar a pie, caballo.	
7.5 Frecuencias: ninguna	7.6 Temporalidad de acceso: todos los meses del año	
7.7 Observaciones: Existen tramos del camino que a causa de la lluvia se vuelve resbaloso.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
No cuenta con facilidades turísticas		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Vertiente S/N		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado.		
9.3 Alcantarillado: Pozo ciego		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Ordeñadora Mirador	10.2 Distancia: 0,5 km 0,5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1

	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		42
13. JERARQUIZACIÓN		
<p>Jerarquía II</p> <p>Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento</p>		

2) Ficha N° 2.- Mirador “Las Peñas”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo Flores	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Mirador Las Peñas	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	
<div data-bbox="532 674 1182 1129" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="755 1131 993 1176" data-label="Caption"> <p>Fotografía No. 3</p> </div> <div data-bbox="532 1274 1182 1684" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="743 1703 971 1747" data-label="Caption"> <p>Fotografía N° 4</p> </div>	



2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9833142	2.5 Longitud: 0722189
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 282	
4.2 Temperatura: 10 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 y 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, Hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>El mirador las Peñas es un mirador natural que se encuentra en el punto más alto de la hacienda a unos 3 282 m. obteniendo una vista de 360 °, desde el cual se puede observar un paisaje asombroso conjugado con una variedad de flora y fauna propia del lugar.</p> <p>Desde allí se visualiza claramente hacia el norte los poblados de San Lorenzo, San Juan, Rayo alto y Bajo y principalmente la ciudad de Guaranda, hacia el sur colina La Moya, al oeste colinas las Peñas y hacia el este el majestuoso Chimborazo, cuenta con un sendero definido para llegar hasta al mirador.</p>	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
<ul style="list-style-type: none"> - Pequeña colina La Moya con presencia de especies de flora de la familia poaceas en ciertos sectores. - Colinas las Peñas. - Variedad de Flora como: paja (), zapatito de bebe (<i>Calzolaria ericoides</i>), cacho de venado (<i>Halenia weddelliana</i>), orejas de conejo (<i>Espeletia pycnophyla</i>), mortiños (<i>Vaccinium floribundum Kunth</i>) 	

- Variedad de fauna como: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gavilanes (<i>Buteo sp</i>), cóndor (<i>Vultur gryphus</i>), falsa perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), colibrí (<i>Colibri coruscans</i>), quílicos (<i>Falco sparverius</i>), entre otras.
4.7 Permisos y Restricciones Se debe solicitar a los propietarios el ingreso a la hacienda y posteriormente hacia el mirador.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales - Se utiliza como mirador improvisado.
4.8.2 Usos Potenciales - Fotografía. - Mirador - Caminatas - Interpretación de flora. - Observación de flora.
4.8.3 Necesidades turísticas - Realizar mantenimiento del sendero que lleva hacia el mirador. - Implementar señalética turística e interpretativa. - Diseñar el mirador con todos los requerimientos necesarios.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Sería una alternativa para implementar dentro de la hacienda como actividad.
4.9.2 Impactos negativos - Contaminación paisajística - Deterioro del suelo. - Pérdida de especies de flora. - Desplazamiento de especies de fauna.
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No alterado
5.2 Causas:

- Los propietarios de la hacienda mantienen el lugar intacto para darle un uso turístico.		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: Conservado		
6.2 Causas:		
<ul style="list-style-type: none"> - No existe intervención del hombre. - No utilizan esta zona de la hacienda para siembra. - El ganado no pastorea en esta zona de la hacienda. 		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: terrestre	7.2 Subtipo: lastrado/sendero	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: se ingresa a pie.	
7.5 Frecuencias: ninguna	7.6 Temporalidad de acceso: todos los días del año	
7.7 Observaciones:		
En la época de invierno el recorrido del sendero es más dificultoso por lo que existen tramos del sendero fangosos y donde se concentra agua.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Cuenta con un camino definido para llegar hasta el mirador.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: vertiente S/N		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado.		
9.3 Alcantarillado: Pozo ciego.		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
- Sendero las Peñas	0,5 km	
- Sendero Chupichan	0,5 km	
- Ordeñadora	1,5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7

	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		46
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

3) Ficha N°. 3.- Sendero “Las Peñas”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Sendero “Las Peñas”	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Sendero	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 5</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 6</p> </div> </div>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9833296	2.5 Longitud: 0722114
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km.
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	



<p>4.1 Altitud: 3 266 m.</p> <p>4.2 Temperatura: 10 ° C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>El sendero las Peñas se encuentra al límite superior de la hacienda, sirve como lindero de la misma. Está formado por algunos tramos planos, curvas y pendientes se recorre aproximadamente 0,5 km desde el mirador hasta la Y.</p> <p>Desde el mismo se puede contemplar toda la superficie de la hacienda, y otros sectores, ya que se encuentra en la zona más alta. Durante el recorrido se puede observar diversidad de flora y fauna conformada por árboles, arbustos y variedad de flores de algunos colores.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variedad de fauna como: Falsa Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Quilicos (<i>Falco sparverius</i>), Chungui (<i>Cinclodes fuscus</i>), Ratón de campo (<i>Oryzomys sp</i>), Quinde estrella (<i>Oreotrochilus stella</i>), Colibrí (<i>Colibri coruscans</i>) - Variedad de flora como: Árbol de papel (<i>Polylepis incana</i>), Sangorache (<i>Amaranthus hybridus</i>), Mora de castilla (<i>Rubus glaucus Benth</i>), Fuconero/ caucho (<i>Siphocampylus giganteus G.Don</i>, Sacha capulí (<i>Vallea stipularis L.f.</i>)
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Se debe solicitar a los propietarios el ingreso a la hacienda y posteriormente hacia el sendero.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camino para ascender hacia el lindero de la hacienda. - Camino alterno para ascender hacia el mirador.
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas. - Cabalgatas. - Fotografía. - Ciclismo. - Observación de flora. - Interpretación de flora. 	
4.8.3 Necesidades turísticas <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar y adecuar el sendero. - Implementación de señalética turística e interpretativa. - Mantenimiento del sendero. 	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos <ul style="list-style-type: none"> -Un nuevo espacio para realizar cabalgatas y caminatas 	
4.9.2 Impactos negativos <ul style="list-style-type: none"> - Contaminación paisajística. - Compactación del suelo. - Pérdida de especies de flora - Desplazamiento de especies de fauna. 	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: No alterado	
5.2 Causas: La existencia de otros caminos para transitar, evita el uso frecuente de este por lo que se considera que se encuentra en condiciones normales, no existen factores externos que lo alteren.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: No existe intervención del hombre	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: pie/caballo

7.5 Frecuencias: ninguna		7.6 Temporalidad de acceso: todos los meses del año
7.7 Observaciones: En la época de invierno el recorrido del sendero es más dificultoso por lo que existen tramos del sendero fangosos y anegamiento.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
No cuenta con facilidades turísticas		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Vertiente S/N.		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado.		
9.3 Alcantarillado: Pozo ciego		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Mirador Sendero Gaulicon	10.2 Distancia: 0,5 km 0,5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0

TOTAL	38
13. JERARQUIZACIÓN	
Jerarquía II Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.	

4) Ficha N° 4.- Sendero “Gualicon”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Sendero “Gualicon”	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Sendero	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 7</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 8</p> </div> </div>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9833138	2.5 Longitud: 0721811
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	



<p>4.1 Altitud: 3 179 m.</p> <p>4.2 Temperatura: 10 ° C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>El sendero Gualicon comienza desde la Y en donde se encuentran los senderos Chupichan y las Peñas hasta la segunda Y en donde se une el camino que lleva a Taita Cura.</p> <p>Es el sendero más extenso de la hacienda se recorre aproximadamente 3 km, sirve como camino para llegar desde la hacienda hasta el establo, es un sendero circular conformado por planicies y pendientes no muy complicadas. Durante el recorrido se puede observar varias especies de flora, predominando árboles de eucalipto (<i>Eucalyptus globulus</i>), y principalmente las plantas de Gualicon (<i>Macleania loeseneriana</i>) que es de donde proviene el nombre.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colina las Peñas. - Colina de Gualicon - Vertiente natural de Gualicon. - Variedad de especies de flora como: Sangorache (<i>Amaranthus hybridus</i>), Mora de castilla (<i>Rubus glaucus Benth</i>) , Sacha capulí (<i>Vallea stipularis L.f.</i>), Gualicon (<i>Macleania loeseneriana</i>). - Variedad de especies de fauna como: Falsa Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Quilicos (<i>Falco sparverius</i>), Chungui (<i>Cinclodes fuscus</i>), Quinde estrella (<i>Oreotrochilus stella</i>), Colibrí (<i>Colibri coruscans</i>)
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Se debe solicitar a los propietarios el ingreso a la hacienda.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camino para llegar al establo.

- Camino para llegar hasta las acequias.	
4.8.2 Usos Potenciales	
<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas. -Senderismo. - Observación de flora. - Interpretación de flora. - Cabalgata. -Ciclismo 	
4.8.3 Necesidades turísticas	
<ul style="list-style-type: none"> - Señalética interpretativa y turística. - Mantenimiento del sendero. - Readecuar el sendero. 	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Una alternativa para realizar deportes como el ciclismo.	
4.9.2 Impactos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> - Contaminación paisajística. - Compactación del suelo. - Pérdida de especies de flora. - Desplazamiento de especies de fauna. 	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Alterado	
5.2 Causas:	
Es el camino principal hacia el establo y las acequias de la hacienda, es el más transitado.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro	
6.2 Causas:	
Existe intervención del hombre.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: regular	7.4 Transporte: pie/caballo

7.5 Frecuencias: ninguna		7.6 Temporalidad de acceso: todos los meses del año.
7.7 Observaciones: En la época de invierno el recorrido del sendero es más dificultoso por lo que existen tramos del sendero fangosos y anegamiento.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
No cuenta con facilidades turísticas		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: vertiente S/N		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado.		
9.3 Alcantarillado: Pozo ciego.		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Sendero Gualicon Laguna la Cocha	10.2 Distancia: 0 km. 0,5 km.	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0

	d) Internacional	0
TOTAL		43
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

5) Ficha N° 5.- “La Cocha”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: “La Cocha”	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ambientes Lacustres	
1.8 Subtipo: Chacras estacionales	
 <p style="text-align: center;">Fotografía No.9</p>  <p style="text-align: center;">Fotografía No. 10</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9832776	2.5 Longitud: 0721739
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 129 m.	
4.2 Temperatura: 10 ° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>La cocha es una chacra estacional que sirve como un reservorio de agua para la época de verano que se extiende desde mayo hasta diciembre. En la temporada de invierno se aprovecha el caudal de la vertiente que se encuentran en la zona para acumular la mayor cantidad de agua en este sitio, previo a la llegada del verano, mientras que en el invierno no es tan necesario almacenar agua en la misma, ya que las precipitaciones de agua lluvia son suficientes para mantener los pastizales. La Cocha tiene una superficie de 2 123 m².</p> <p>En la cocha existe la presencia de especies de fauna como: gallaretas (<i>Gallinula chloropus</i>), también existe truchas (<i>Salmo trutta morfo fario</i>) que son arrastradas por la vertiente y depositadas en la Cocha.</p>	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
- Sendero las Peñas	
4.7 Permisos y Restricciones	
Se debe solicitar a los propietarios el ingreso a la hacienda.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	

Acopio de agua para la hacienda.	
4.8.2 Usos Potenciales	
<ul style="list-style-type: none"> - Observación de aves. - Observación de flora. - Caminata. 	
4.8.3 Necesidades turísticas	
<ul style="list-style-type: none"> - Señalética turística e interpretativa. - Creación de un sendero de ingreso hacia la Cocha. - Definir el área de la cocha. 	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> - Otra opción que puede ser visitada dentro de la hacienda. - Conocimiento de las especies de aves que alberga la cocha. 	
4.9.2 Impactos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> - Desplazamiento de especies de fauna. - Pérdida de especies de flora. 	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: No alterado	
5.2 Causas:	
No le dan mal uso al recurso agua.	
6. ENTORNO	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas:	
Existe un alto nivel de conservación del medio.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: regular	7.4 Transporte: pie/caballo
7.5 Frecuencias: ninguna	7.6 Temporalidad de acceso: todos los meses del año.

7.7 Observaciones:		
En épocas de invierno la superficie de la cocha disminuye.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
No cuenta con facilidades turísticas		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: vertiente S/N		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado.		
9.3 Alcantarillado: Pozo ciego.		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
Sendero las Peñas	0,5 km.	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o	6
	Organización	
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
		1
	b) Provincial	
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		37

13. JERARQUIZACIÓN**Jerarquía II**

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Anexo N° 6.- Fichas de los atractivos culturales de la hacienda el Sinche

1) Ficha N° 6.- Casona “El Sinche”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 06
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Casona El Sinche	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Arquitectura civil	



Fotografía No. 11



Fotografía No. 12



Fotografía No 13.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Bolívar

2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda

2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9831998	2.5 Longitud: 0721851
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 030 m.	
4.2 Temperatura: 10 ° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>La casona es históricamente la primera casa que se construyó dentro de la hacienda, tiene más de 150 años; la misma ha sido sometida a varias remodelaciones y adecuaciones, la primera remodelación fue hace 24 años manteniendo su estilo original.</p> <p>Es una infraestructura formada por ventanales amplios con marcos de madera original, paredes altas de adobe, sus techos son teja original y sus pisos son de tabla. Mantiene un estilo europeo con armonía en cuanto a su entorno y distribución de espacios internos.</p> <p>En cuanto a su estructura es una casa de dos plantas, distribuida de la siguiente manera:</p> <p>Planta baja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción - Sala de estar - Bar - Cocina - Comedor 	

Planta alta

- Conformada por seis habitaciones cada una con baño privado.

Cuenta con un mobiliario que remonta a épocas antiguas ya que muchos de los muebles han sido conservados desde que la casa fue habitada por primera vez. Su uso principal fue doméstico.

2) Ficha N° 7.- “Quesería”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 07
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Quesería	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
1.8 Subtipo: Explotaciones industriales	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No.14</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 15</p> </div> </div>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9832046	2.5 Longitud: 0721863
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 024 m.	

4.2 Temperatura: 10 ° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.

4.4 Ubicación del Atractivo

Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.


4.5 Descripción del atractivo

La quesería es la planta en donde se realizan cuidadosamente los procesos para la elaboración de más de tres cientos quesos diarios, está conformada por las siguientes áreas:

- **Área de producción:** en donde se recopila la materia prima principal que es la leche, para posteriormente y bajo parámetros técnicos elaborar los diferentes quesos.
- **Cuarto frío:** es un equipo industrial de refrigeración en donde se mantiene una temperatura baja para conservar y almacenar los quesos.
- **Área de despacho:** lugar desde donde se distribuyen los quesos.



El personal que trabaja en la quesería labora de lunes a domingo en un horario de 07:00 a.m a 15:00 pm., conformado por 5 personas de planta y tres personas que realizan las funciones administrativas.

3) Ficha N° 8.- “Ordeñadora”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 08
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Myriam Piray	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Ordeñadora	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
1.8 Subtipo: Explotaciones agropecuarias	
 <p style="text-align: center;">Fotografía No. 16</p>  <p style="text-align: center;">Fotografía No. 17</p>	
2. UBICACIÓN	

2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9832674	2.5 Longitud: 0721900
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 073 m.	
4.2 Temperatura: 10 ° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>La ordeñadora se encuentra a 0,5 km de la quesería. Cuenta con la maquinaria necesaria para realizar los procesos de extracción de leche, son procesos semiartesanales ya que interviene el ser humano para complementar con dicho proceso. Está formada por once espacios aptos para el ingreso de las vacas.</p> <p>El proceso del ordeño se realiza de lunes a domingo, en dos jordanas la primera inicia a las 04:30 am. y el segundo a las 15:00 pm. el mismo que se efectúa durante dos horas a dos horas y media, para lo cual se requiere del trabajo de 4 personas que se encargan de ordenar e ingresar a las vacas según el rejo. El primer rejo en ingresar es el elite que está conformado por 37 vacas, posteriormente ingresa el rejo 1 conformado por 51 vacas y por último ingresa el rejo 2 conformado por 30 vacas.</p> <p>Dicho proceso inicia con la limpieza de las ubres utilizando sellador y papel, luego se coloca las pezoneras y se extrae la leche, directamente se almacenan en lecheras metálicas, una vez extraída la leche se realiza nuevamente el proceso de limpieza.</p>	

4) Ficha N° 9.- “Procesos de elaboración del Queso el Sinche”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Procesos de elaboración del Queso el Sinche	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Literario	
1.8 Subtipo: Narrativo	
 <p style="text-align: center;">Fotografía No. 18</p>  <p style="text-align: center;">Fotografía No. 19</p>	



Fotografía No. 20

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Bolívar

2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda

2.3 Parroquia: Guanujo

2.4 Latitud: 9832046

2.5 Longitud: 0721863

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Guaranda

3.2 Distancia: 10,5 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 3 024

4.2 Temperatura: 10 ° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.

4.4 Ubicación del Atractivo

Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.

4.5 Descripción del atractivo

El queso el Sinche de la familia Cordovez, se caracteriza por ser del tipo holandés; se resume en ser un producto de calidad y tradición de más de 100 años.

Antiguamente la elaboración del producto se lo realizaba en el sitio del ordeño, la leche se recolectaba en barriles de roble y se añadía cuajo animal; obtenida así la cuajada se colocaba en moldes de madera y se transportaba a la planta o quesera para los procesos de prensado y salado. Una vez terminado la elaboración del producto se sometía a un proceso de maduración que alcanzaba un periodo de dos meses, hasta que la corteza alcanzaba un estado o consistencia dura, factor que permitía su transportación a los destinos finales, consumidores y centros de entrega.




En el existe mayor tecnificación en el proceso de elaboración de los quesos; el proceso inicia con la recolección y traslado de la leche en lecheras de metal desde la ordeñadora hacia la quesería en donde se acopia en ollas de acero las mismas que sirven para pasteurizarla a elevadas temperaturas, posteriormente se inicia con el proceso de prensado y saldo. Actualmente se han reemplazado ciertos utensilios como los barriles y moldes de madera por lecheras metálicas y moldes de acero.

5) **Ficha N° 10.-** “Historia de la hacienda El Sinche de la familia Cordovez”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 10
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Historia de la hacienda El Sinche de la familia Cordovez	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Literario	
1.8 Subtipo: Narrativo	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 21</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 22</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 23</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 24</p> </div> </div>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9832640	2.5 Longitud: 0721934
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	

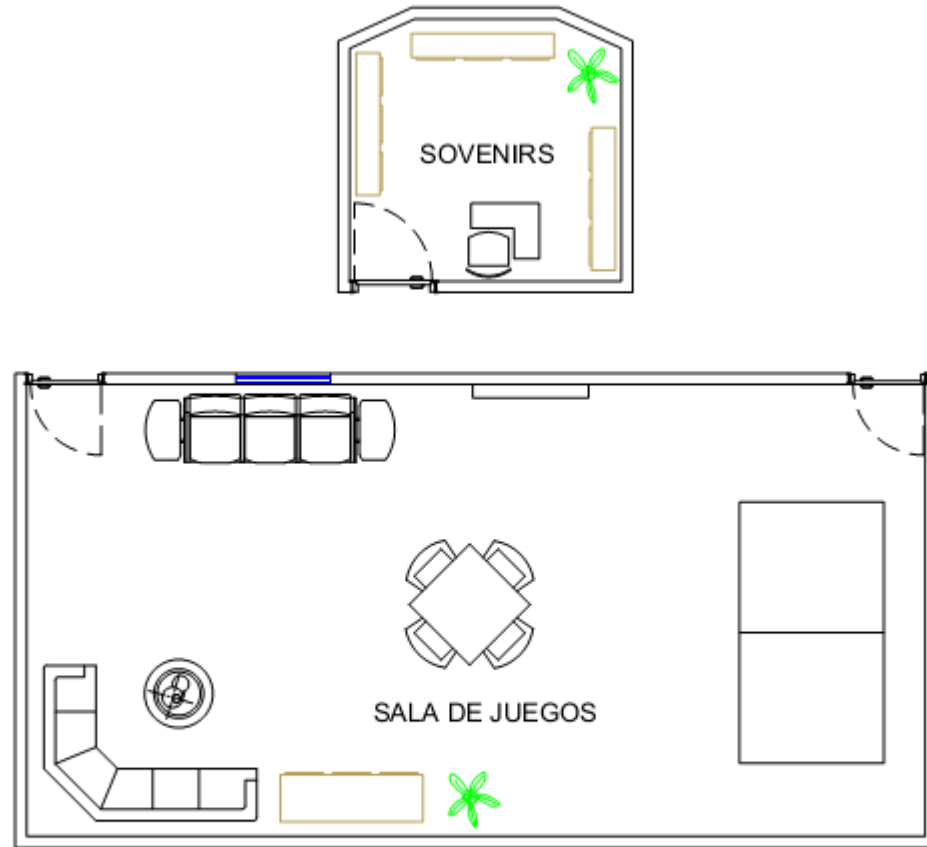
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 083 m. 4.2 Temperatura: 10 ° C 4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo <p>Los primeros datos que se conocen de la hacienda el Sinche se remontan al 9 de Mayo de 1870, conocida con el nombre de CASPI-PUNGO y sus anexos de APAGUA y SALINAS, ubicada en el cantón Guaranda. Su primer propietario en ese entonces al General Señor Juan José Flores, quien fue el primer presidente de la República del Ecuador, de nacionalidad colombiana.</p> <p>Era tan extensa la hacienda que sus límites llegaban hasta las montañas de Ventanas, Guanujo, Salinas, siendo complicado el control de la misma y en muchos de los casos cierta cantidad de tierras eran entregadas en huasipungos a los peones. La hacienda registraba una superficie de dos mil ciento setenta y seis caballerías y dos mil quinientas barras cuabras, unidades de medida que eran utilizadas para determinar las superficies de los terrenos.</p> <p>Posteriormente el Señor José María Flores junto con su esposa Francisca del Pozo venden el predio al señor Domingo Cordovez quien se hace cargo de sus señales más conocidas, es decir, sus entradas, centro, vuelo, usos, costumbres, regadíos, servidumbres y más cosas anexas, según descripciones que constan en la escritura emitida el 17 de Marzo de 1 874.</p> <p>En la actualidad la extensión de la hacienda se reduce en 110 hectáreas, ya que han sido vendidas, otras partes de terrenos entregados a los trabajadores a raíz de la reforma agraria, y finalmente el total de las tierras entregadas por herencia. La administración de la misma está en manos de la cuarta generación de la FAMILIA CORDOVEZ.</p>	

6) Ficha N° 11.- “Procesos de elaboración del Calcha”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María José Jaramillo F.	1.2 Ficha N° 11
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 13/03/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Procesos de elaboración del Calcha	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Símbolos y valores	
1.8 Subtipo: -	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fotografía No. 25</p> </div> <div style="text-align: center;">   <p>Fotografía No. 26 – 27</p> </div> </div>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guaranda

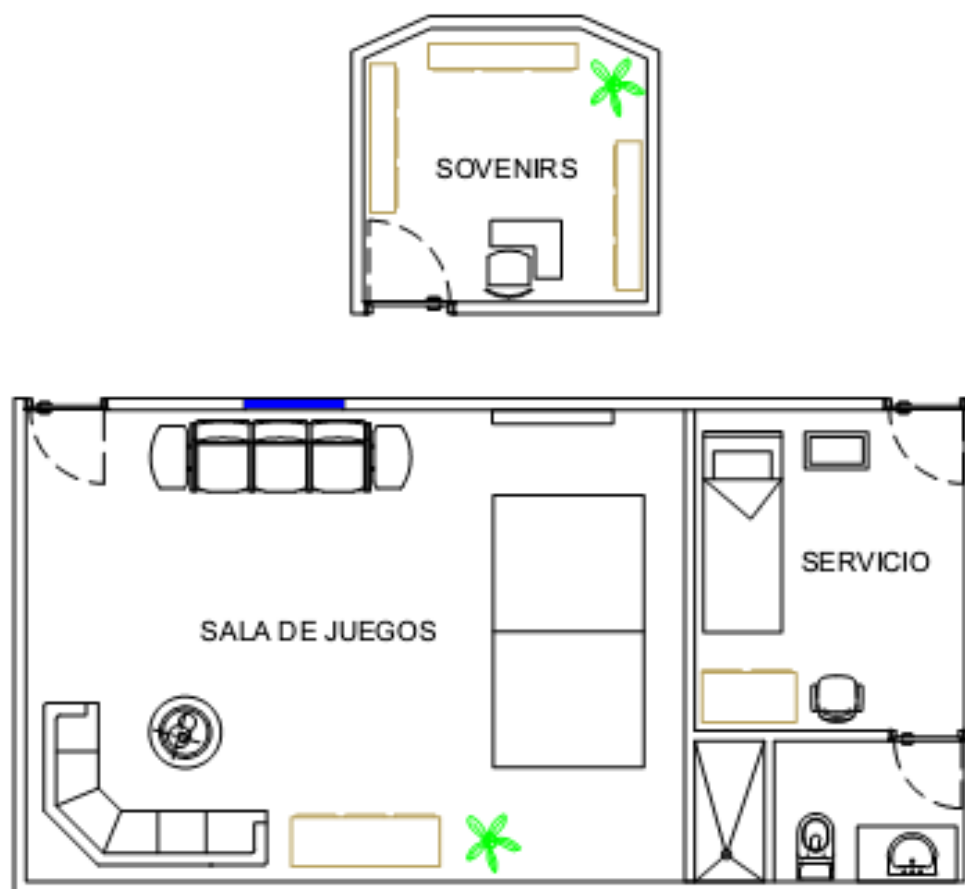
2.3 Parroquia: Guanujo	
2.4 Latitud: 9832046	2.5 Longitud: 0721863
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Guaranda	3.2 Distancia: 10,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3 024	
4.2 Temperatura: 10 ° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, hacienda el Sinche.	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>El Calcha es la fermentación de la planta en sí de maíz, esta preparación es utilizada como alimento para el ganado durante la época de verano, época en la cual el pasto puede escasear o no ser suficiente para alimentar a las vacas.</p> <p>El proceso para la obtención del calcha inicia con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recolectar las plantas de maíz, es decir; tallos, hojas y si es posible la mazorca. - Una vez recolectadas se procede a picar todo y colocar en sacos de yute. - Se deja fermentar, este proceso puede durar meses y hasta años. - Finalmente cuando las cambian de color y está ya en un punto adecuado de fermentación se les da al ganado. 	

Anexo N° 7.- Planta arquitectónica de la sala de juegos



PLANTA BAJA SALA DE JUEGOS

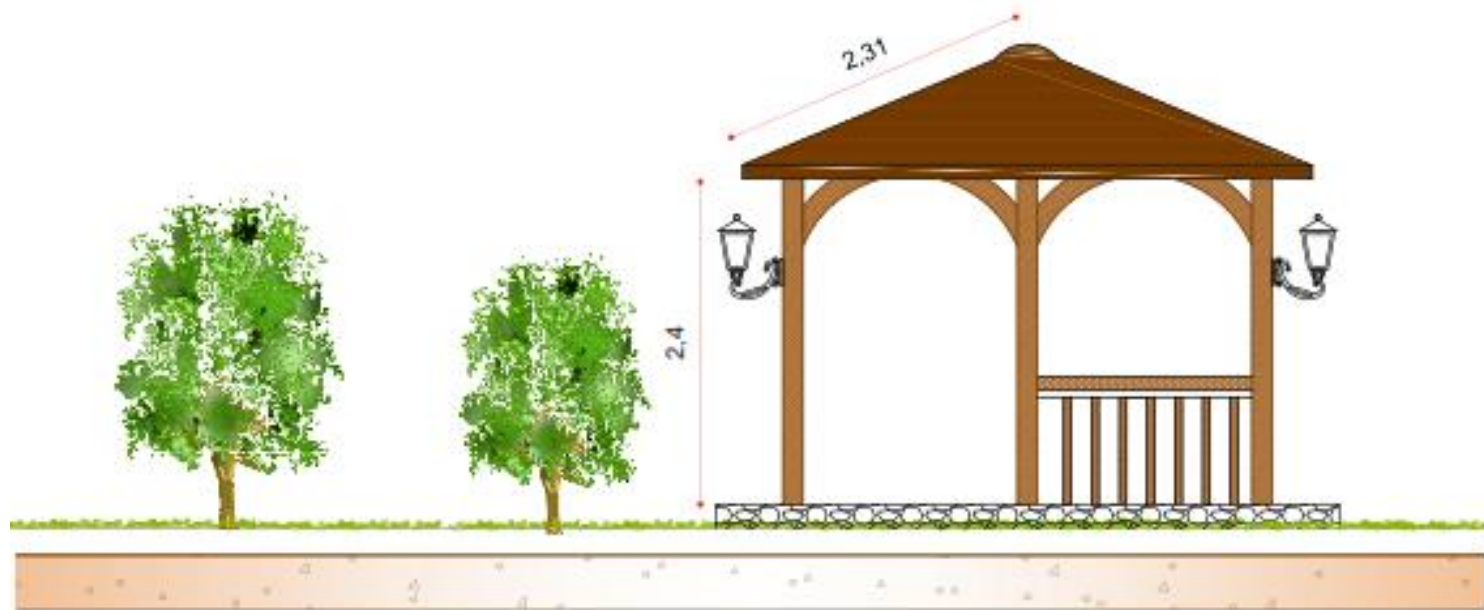
ESCALA:.....1:100



ÁREA MÚLTIPLE
ESCALA:.....1:100

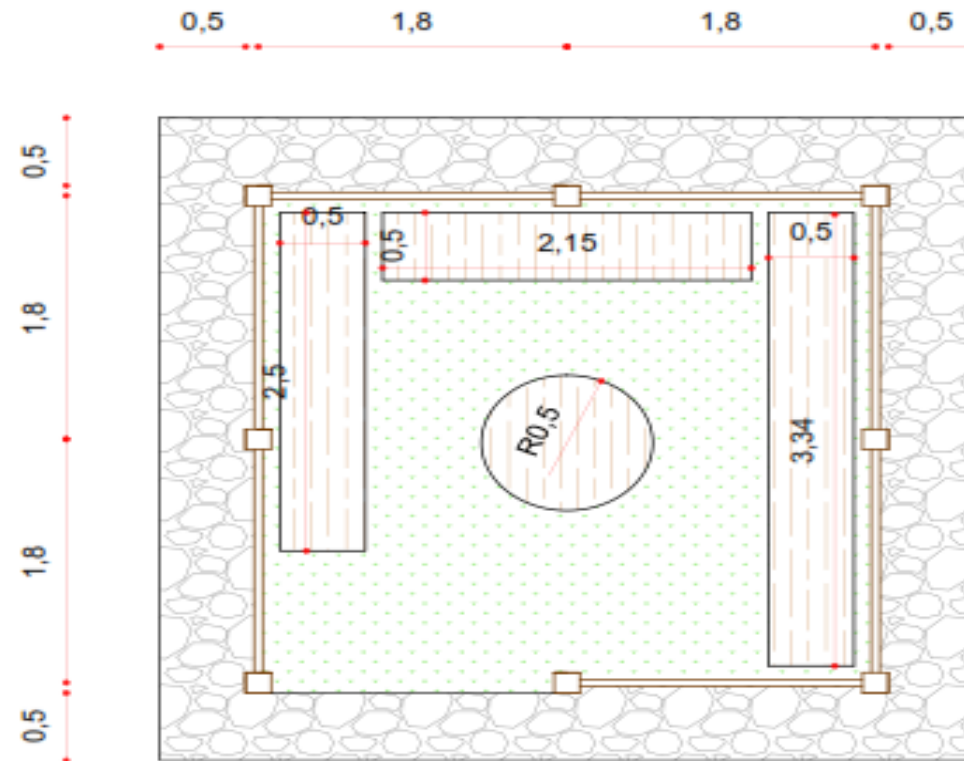
Anexo N° 8.- Diseño del merendero

1. Fachada del merendero



FACHADAMERENDERO

2. Planta del merendero

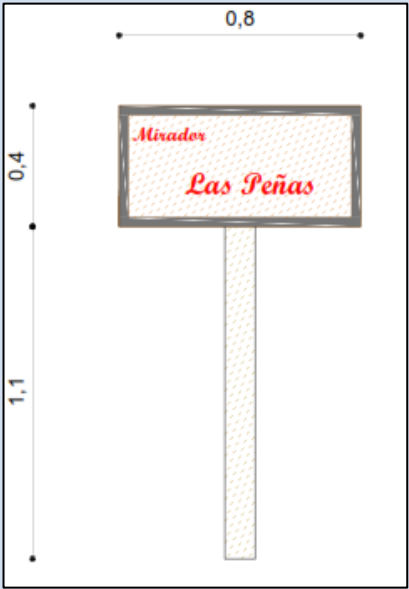
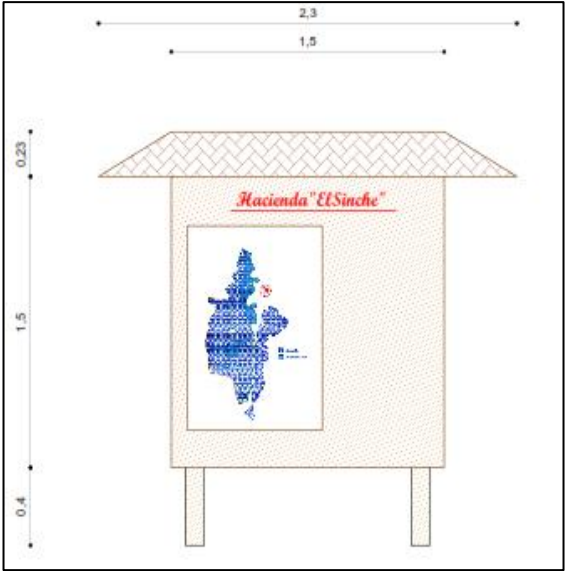


PLANTAMERENDERO

Anexo N° 9 .- Diseños de señalética

N°	Tipo				Contenido	Diseño
	Direccionales	Identificativos	Interpretativos	Orientativas		
1	X				<p><u>Cada rótulo tendrá el siguiente texto:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hacienda El Sinche - Quesería - Casona - Área de souvenirs - Parqueadero - Sala de juegos 	
1			X		<p><u>Historia de la hacienda el Sinche.</u></p> <p>Se describirá brevemente la historia de la hacienda, conjugando con fotografías</p>	
			X		<u>Proceso de</u>	

1				<p><u>elaboración del queso.</u></p> <p>Se describirá el proceso de elaboración de los quesos mediante fotografías más un texto corto que explique el gráfico.</p>	
1			X	<p><u>Proceso de ordeño</u></p> <p>Se describirá de manera gráfica como era y es actualmente el proceso de extracción de leche.</p>	
1	X			<p><u>Cada rótulo tendrá el siguiente texto:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Ordeñadora - Sendero las Peñas. -Sendero Chupichan -Mirador Las Peñas. -La Cocha. 	
1		X		<p>El rótulo estará conformado por el</p>	


				<p>nombre, es decir: “Mirador las Peñas”, y la altura en la que se encuentra el mismo.</p>	
1			X	<p>Esta señalética estará conformada por una parte gráfica, es decir un mapa del predio en donde se especificará las zonas y actividades que se pueden realizar; más su simbología que representará la parte textual.</p>	

1	X			<p><u>Cada rótulo tendrá el siguiente texto:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Sendero las Peñas. -Sendero Gualicon -La Cocha. 	
1		X		<p>El rótulo estará conformado por una parte textual, que delimite la zona específica para hacer camping.</p>	
1		X		<p>El letrero estará conformado por una parte textual que manifieste las actividades que se pueden realizar.</p>	


Anexo N° 10.- Menús para el área de alimentación

1. Desayunos


⇒ **Ficha N° 27.-** Desayuno continental

N°. 1	N°: RE	Desayuno continental	Pax/RE: 1	PAX/RN: 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo
250	ml	Café	Café con azúcar caliente	0,50
200	ml	Jugo	Tomate con agua y azúcar	0,50
10	gr.	Pan	Horneado	0,15
2	gr.	Mermelada	-	0.05
2	gr.	Mantequilla	-	0,05
			Costo por porción	1,25
			IVA 12 %	0,15
			Costo de venta	1,40

⇒ **Ficha N° 28.-** Desayuno americano

N°. 2	N°: RE	Desayuno americano	Pax/RE: 1	PAX/RN: 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo
250	ml	Leche	Leche caliente con café	0,75
200	ml	Jugo	Tomate con agua y azúcar	0,50
10	gr.	Tostadas	Calientes/doradas	0,15
2	gr.	Mermelada	-	0.05
2	gr.	Mantequilla	-	0,05
2	u	Huevos	Cocidos, fritos, revueltos	0,50
			Costo total	2,00
			IVA 12 %	0,24
			Costo de venta	2,24

⇒ **Ficha N° 29.-** Desayuno tradicional

N°. 3	N°: RE	Desayuno tradicional	Pax/RE: 1	PAX/RN: 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo
250	ml	Agua /leche	Agua /leche caliente con café	0,50
200	ml	Jugo	babaco con agua y azúcar	1,00
250	gr.	Mote pillo	Cocido, salteado, sofrito	1,50
1	u	Huevos	Fritos	0,30
			Costo total	3,30
			IVA 12 %	0,40
			Costo de venta	3,70

⇒ **Ficha N° 30.-** Desayuno de la casa

N° . 4	N°: RE	Desayuno tradicional	Pax/RE: 1	PAX/RN: 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo
250	ml	Leche	Leche caliente con café	0,75
200	ml	Jugo	Tomate con agua y azúcar	0,50
10	gr.	Tostadas	Calientes/doradas	0,15
2	gr.	Mermelada	-	0,05
2	gr.	Mantequilla	-	0.05
2	u	Huevos	Fritos, cocidos, revueltos	0,50
250	gr.	Seco de carne	Carne al jugo, cocción	1,50
100	gr.	Tortillas de papa	Molidas, fritas	1,00
			Costo total	4,50
			IVA 12 %	0,54
			Costo de venta	5,04

2. Almuerzos

⇒ **Ficha N° 31.-** Receta de almuerzo 1

Nº: RN	Nº: RE	Almuerzo 1	Pax: RE 3	Pax: RN
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	Costo total
Crema de espárragos				
10	gr.	Espárragos	0,20	0,65
5	gr.	Papas	0,15	
-	-	Fondo oscuro (carne)	0,15	
½	Pisca	Salpimienta	0,15	
Mote pillo con carne				
75	gr.	Mote	0,30	2,60
2	Cucharada	Achiote	0,20	
1	u	Huevo	0,15	
½	u	Cebolla blanca	0,20	
250	Cc	Fondo de ave	0,15	
¼	u	Queso	0,75	
s/n	-	Pimienta	0,10	
125	gr.	Carne	0,75	
Higos con queso				
2	u	Higos	0,40	1,80
¼	u	Panela (almíbar)	0,50	
1	u	Rodaja de queso	0,50	
500	cc	Agua	0,00	
Jugo de tomate				
1	u	Tomate	0,25	0,25
125	ml	Agua	0,00	

Preparación

-Crema de espárragos: Cocinamos los espárragos en una cacerola a fuego lento por 15min desde ebullición, pelamos las papas y las cocinamos en otra cacerola por 30 min. Después cogemos los espárragos con las papas y licuamos con el fondo oscuro ,o de carne

-Mote pillo: En una wok cocinamos el mote con el achiote la cebolla blanca el queso y el fondo de ave por unos 20 a 30 minutos. La carne es frita en una sazón de ajo con sal y pimienta por 25min.

-Higos con queso. Cocinamos los higos desaguados por un día con miel de panela hasta que coja un color oscuro.

-Jugo de tomate. Tomate de árbol con agua licuado.

Precio	5,30	IVA:	0,63	Precio (+ IVA)	5,94
---------------	------	-------------	------	-----------------------	------

⇒ **Ficha N° 32.-** Receta de almuerzo 2

N°: RN	N°: RE	Almuerzo 2	Pax: RE 1	Pax: RN 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	Costo total
Locro de papas				
10	gr.	Papas	0,20	0,70
5	gr.	Queso	0,20	
500	-	Fondo oscuro (carne)	0,20	
½	Pisca	Salpimienta	0,10	
Arroz con chuleta en salsa de queso				
75	gr.	Arroz	0,35	3,65
75	gr.	Queso	0,75	
250	cc	Leche	0,50	
30	gr.	Cebolla blanca	0,15	
250	cc	Fondo de ave	0,20	
s/n	u	Hierbitas (cilantro, perejil)	0,10	
s/n	-	Salpimienta	0,10	
150	gr.	Chuleta	1,50	
Frutas tropical en almíbar				
1	u	Piña	0,50	0,70
45	gr	Azúcar (almíbar)	0,10	
2	Cucharadas	Esencia de vainilla	0,10	
Te				
1	u	Te de hierba	0,50	0,50
125	ml	Agua	0,00	

Preparación

Locro de papas: Pelamos las papas, troceamos en cuartos y ponemos a cocinar en una olla con el fondo oscuro cuando este casi cocido colocamos el queso

Chuleta: En una sartén sofreímos la chuleta con sal y pimienta para después agregar leche con cebolla blanca fondo de ave y casi al finalizar colocamos el queso troceado o repicado hasta que esté una salsa homogénea servimos con arroz

Piña en almíbar: En una sartén colocamos azúcar y la derretimos a punto de caramelo después colocamos una rodaja de piña y la esencia de vainilla .cocinamos por 15 o 20 min y servimos.

Té: disolver cualquier tipo de té en agua, más azúcar.

Precio:	5,55	IVA:	0,67	Precio (+ IVA)	6,22
----------------	------	-------------	------	-----------------------	------

⇒ **Ficha N° 33.-** Receta de almuerzo 3

Nº: RN	Nº: RE	Almuerzo 3	Pax/RE: 3	Pax/RN
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	Costo total
Crema de queso				
¼	u	Queso	0,50	0,65
5	gr.	Papas	0,35	
-	-	Fondo oscuro (carne)	0,20	
½	Cucharada	Salpimienta	0,10	
Carne asada con maduros fritos				
75	gr.	Carne de res	1,00	1,80
2	u	Maduros	0,25	
1	U	Aceite	0,20	
75	gr	Arroz	0,35	
Ensalada de lechuga con tomate				
250	cc	Lechuga	0,20	0,45
¼	u	Tomate	0,10	
½	u	Limón	0,05	
125	gr	Salpimienta	0,10	
Jugo de mora				
¼	lb.	Mora	0,50	0,50
250	cc	Agua	0,00	

Preparación

Crema de queso: Cocinamos las papas peladas en agua hasta que estén suaves para después licuarlas con el queso y el fondo oscuro sal y pimienta al gusto

Carne asada: En una sartén o plancha de teflón con muy poco aceite colocamos la carne ya sazonada y sofreímos a un punto de cocción 3.1/4, freímos los maduros y servimos con arroz.

Ensalada de lechuga: En un bol colocamos la lechuga troceada con tomate en rodajas y sazonamos con una vinagreta de limón, con aceite, salpimentar.

Jugo de mora: mezclar la mora con agua y azúcar y licuar.

Precio	3,40	IVA:	0,41	Precio (+ IVA)	3,81
---------------	------	-------------	------	-----------------------	------

3. Platos fuertes

⇒ **Ficha N° 34.-** Ofado de papas

N°: RN	N°: RE	Ofado de papas	PAX: RE 1	PAX: RN1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	
15	u	Papas	1.00	
4	u	Tocino	2.00	
50	cc	Cebolla paiteña	0.50	
2	u	Ajo	0.25	
1	Cucharada	Pasta de tomate	0.30	
50	cc	Caldo	0.50	
1	u	Hoja de laurel	0.10	
<u>Preparación</u> 1. Pelar las papas y cortarlas en cubos no muy grandes. Cubrirlas con agua fría y guarde hasta utilizarlas. 2. Cortar el tocino ahumado en trocitos pequeños y ponerlos en una sartén al fuego medio hasta que se hayan desgrasado y quede tostado, crocante. 3. Retirar la grasa del sartén, dejar los trocitos de tocino ahumado, añada la cebolla y dejar cocer brevemente; agregar las papas bien escurridas y secas; luego añadir el ajo y la pasta de tomate. Cocinar revolviendo cuidadosamente hasta que las papas estén bien cubiertas con la salsa. 4. Agregarlas el caldo, la hoja de laurel, la sal y la pimienta, haga hervir y reduzca el fuego. Dejarlas cocinar lentamente por 20 minutos o hasta que las papas se encuentren blandas.			Costo total	4,65
			Iva 12 %	0,56
			Costo de venta	5,18

⇒ **Ficha N° 35.-** Fritada con mote, maduro y tostado

N°. 4	N°: RE	Fritada con mote, maduro y tostado	Pax/RE: 1	PAX/RN: 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	
250	gr	Carne de cerdo	1,50	
250	gr	Mote cocido	1,00	
50	gr	Maduro	0,50	
25	gr	Tostado	0,50	
½	Cucharada	Salpimienta	0,10	
250	cc	Aceite	1,00	
1	lt	Agua	0,00	
<p align="center"><u>Preparación</u></p> <p>La carne de cerdo después de estar reposando sobre un sazónador pasamos a freír con aceite en una paila por 30 minutos con el maduro que se cocinará en menor tiempo.</p> <p>El mote se cocina en agua con sal durante una hora, de igual manera el tostado en una olla con aceite y sal lo cocinamos con ligeros movimiento con una espátula de madera hasta que se dore y servimos en un plato.</p>			Costo total	4,60
			Iva 12 %	0,55
			Costo de venta	5,13

⇒ **Ficha N° 36.-** Fritada con tortillas de papa, aguacate, tostado choclo y encebollado con tomate.

N°. 4	N°: RE	Fritada con tortillas de papa aguacate, tostado choclo y encebollado con tomate.	Pax/RE: 1	PAX/RN: 1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	
250	gr	Carne de cerdo	1.50	
1	U	Choclo	0.50	
100	gr	De papa	0.50	
1	U	Huevo	0.20	
½	U	Aguacate	0.50	
25	gr	Tostado	0.50	
15	gr	Cebolla	0.20	
15	gr	Tomate	0.20	
25	cc	Aceite	0.75	
½	Cucharada	Sal, pimienta	0.10	
½	Lt	Agua	0.00	
<u>Preparación</u> En una paila freímos la carne de cerdo con abundante aceite durante 30 minutos.(carne ya sazonada) En una fuente la papa ya cocida por 30 minutos la majamos hasta que tenga una consistencia cremosa y blanda para luego darle forma circular y terminamos su cocción en una plancha con aceite para dorarles y darles un punto crocante. Partimos el aguacate sacamos su cascara y la pepa y en el agujero colocamos el tostado ya cocinado, el choclo se lo cocina de 20 a 30 minutos. La cebolla la rebanamos en julianas para después curtirla y darle sabor acompañamos con tomate en rodajas.			Costo total	4,95
			Iva 12 %	0,60
			Costo de venta	5,54

⇒ **Ficha N° 37.-** Fréjol colorido

Nº: RN	Nº: RE	Ofado de papas	PAX: RE 1	PAX: RN1
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	
250	gr	Fréjol	0,50	
3	u	Tomate	0,75	
1	u	Cebolla	0.25	
1	u	Ajo	0.15	
1	Cucharada	Mantequilla	0.15	
1	Cucharada	Cilantro	0.05	
2	cc	Agua	0.00	
½	Cucharada	Salpimienta	0,10	
<u>Preparación</u> 1. Cocinar el fréjol con el agua hasta que esté suave. 2. Poner un recipiente al fuego con la mantequilla; agregar la cebolla picada en anillos, el culantro y el ajo; adicionar enseguida el tomate pelado, y deje cocinar hasta que tenga una salsa espesa. 4. Terminar el plato mezclando la salsa con el fréjol.			Costo total	1,95
			Iva 12 %	0,22
			Costo de venta	2,17

4. Postres

⇒ **Ficha N° 38.-** Budín de la abuela

Nº: RN	Nº: RE	Budín de la abuela	PAX: RE 6	PAX: RN6
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo	
1	lt	Leche	0,75	
125	gr	Miga de pan	0,75	
125	gr	Azúcar	0.30	
6	u	Huevos	0.96	
1	Cucharada	Vainilla	0.15	
1	Cucharada	Corteza de limón	0.05	
6	Cucharada	Pasas	0.60	
1	Copa	Brandy	1.00	
125	gr	Mantequilla	1.50	
½	Cucharada	Canela en polvo	0.30	
<u>Preparación</u> 1. En un recipiente poner la leche con la cáscara de limón; hacer hervir, luego cernir y dejar en reposo hasta que este tibia y agregue la mantequilla. 2. En un recipiente de cristal, acero enlozado batir los huevos con el azúcar hasta tener una crema esponjosa; adicionar brandy, la canela en polvo, la vainilla. 3. Mezclar todos los ingredientes incluyendo la miga de pan. Engrasar un molde y poner la preparación; llevar al horno precalentado a 200 grados por espacio de 1 hora al baño maría. 4. Adicionar después de este tiempo el jugo de la naranjilla, cocinar por 15 minutos más, cuando la salsa este espesa sazonar nuevamente con sal y pimienta.			Costo total	6,36
			Iva 12 %	0,76
			Costo de venta	7,12

⇒ **Ficha N° 39.-** Humitas guarandeñas

Nº: RN	Nº: RE	Humitas guarandeñas	PAX: RE 6	PAX: RN1	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo		
1	lb	Choclo	1.50		
½	un	queso	1.00		
1	un	Cebolla	0.20		
20	cc	Achiote	0.50.		
s/n		Salpimienta	0.20		
6	un	Hojas de choclo	0.00		
1	lt	agua	0.00		
<p><u>Preparación</u></p> <p>Desgranar el choclo, moler con la cebolla para después en una bandeja mesclar con el refrito de cebolla y achiote y queso una vez que este una mezcla homogénea, colocar en las hojas de choclo para envolverlas y ponerlas a cocinar en baño maría por 40 y 45 minutos en fuego lento-.</p>			Costo total	3,40	0,56
			Iva 12 %	0,41	0,038
			Costo de venta	3,81	0,63

⇒ **Ficha N° 40.-** Quimbolitos

Nº: RN	Nº: RE	Quimbolitos	PAX: RE 6	PAX: RN 1	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo		
250	gr	Harina de trigo	1.00		
20	gr	Pasas	1.00		
2	un	Huevos	0.30		
½	lt	Leche	0.30		
120	gr	Azúcar	0.20		
4	cd	Vainilla esencia	0.20		
6	un	Hojas de achira	1.00		
125	gr	Mantequilla	1.25		
<p><u>Preparación</u></p> <p>Colocar en un bol la mantequilla con la leche los huevos, el azúcar la vainilla, batimos a velocidad baja para después que los elementos estén mezclados, colocar por último el harina y con una espátula batir todos los ingredientes en forma envolvente hasta tener una masa de consistencia homogénea, colocar la masa decoradas con las pasas encima y envolver en las hojas de achira para después ponerlas a cocinar a baño maría por 45 minutos.</p>			Costo total	5,25	0,88
			Iva 12 %	0,63	0,11
			Costo de venta	5,88	0,99

Anexo N° 11.-Costos del Plan de Manejo Ambiental

Componente	Medida propuesta	Cantidad	Costo unitario	Costo total
A. Aire	Reforestación	250 sp. Arbóreas nativas.	\$ 2,50	\$ 625,00
	Uso del estiércol del caballo como abono	2 compoteras	\$ 30,00	\$ 60,00
B. Suelo	Reforestar zonas aledañas a los senderos.	250 sp.	\$ 1,00	\$ 250,00
	Mantenimiento del sendero	1 peón (durante la época de invierno-5 meses)	\$ 24,00	\$ 120,00
	Diseño e implementación de contenedores de basura	5 contenedores de basura.	\$ 30,00	\$150,00
	Reutilización de desechos	-	-	-
C. Agua	Colocar trampas de grasa y residuos en coladeras.	2 sistemas de trampas de grasas	\$ 150,00	\$ 300,00
	Implementar una cartilla ecológica	14 cartillas ecológicas	\$ 5,00	\$ 70,00
	Implementar inodoros con un sistema de descarga de tres y seis litros de agua.	3 inodoros	\$ 170,00	\$ 510,00
D. Flor y fauna	Delimitar las zonas de anidación.	1 Ingeniero en ecoturismo	\$ 675,00	\$ 675,00

	Adquisición de más animales domésticos	3 caballos	\$ 1000,00	\$ 3000,00
	Realizar recorridos periódicos con el personal de la hacienda.	1 persona (cada seis meses)	\$24,00	\$ 48,00
F. Paisaje	Implementación de señalética elaborados con materiales de la zona	12 letreros	\$50,00	\$ 600,00
Total				\$ 6408,00